

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

TIAGO SANTOS SOUZA

**EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: INFLUÊNCIA NA FORMAÇÃO DOS ALUNOS
DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

**SÃO CRISTÓVÃO (SE)
2018**

TIAGO SANTOS SOUZA

**EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: INFLUÊNCIA NA FORMAÇÃO DOS ALUNOS
DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento à Resolução nº 69/2012/CONEPE, como requisito para a obtenção da Graduação em Administração de Empresas.

Orientadora: Profª Drª Débora Eleonora Pereira da Silva
Coorientador: Prof. Me. Augusto César Vieira Santos

SÃO CRISTÓVÃO (SE)
2018

TIAGO SANTOS SOUZA

**EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: INFLUÊNCIA NA FORMAÇÃO DOS ALUNOS
DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado e aprovado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento às normas conforme Resolução nº 69/2012/CONEPE, para obtenção do Título de Bacharel, no curso de Administração de Empresas.

COMISSÃO EXAMINADORA

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Débora Eleonora Pereira da Silva

Coorientador: Prof. Me. Augusto César Vieira Santos

Membro: Prof^a. Dr^a. Valéria Aparecida Bari

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me concedido a graça de viver e poder aproveitar tudo que este mundo oferece da maneira mais sábia, gentil e alegre. Contento-me em dizer que tenho imensa gratidão por tudo que acontece em minha vida, sabendo que está sendo por obra d'Ele.

Agradeço também a meus pais Rosa e Moacir que sempre me deram o amor incondicional que só eles sabem dar, o ombro amigo para minhas angústias, a educação que eu precisava, o incentivo para a minha caminhada, a força e o suporte para que eu possa conseguir trilhar caminhos ainda mais felizes e de sucesso. Também ao meu irmão Affonso que, apesar de ser mais novo que eu, era ele quem também ficava abrindo meus olhos para que não desperdiçasse meu futuro. Amo vocês.

Quero deixar meu agradecimento especial para meus amigos de infância Ricardo e Marcos que há mais de 20 anos os conheço e tenho enorme admiração. Francisco, Anderson e Diego que também são irmãos que a vida trouxe. Rodrigo, Ramon, Fúlvio e Paula, grandes amigos que também são incentivadores na minha jornada. Michele, Alexsandro e Artur, que conheci na universidade e quero levar para a vida inteira. Todos estão no meu coração.

Um agradecimento especial a duas pessoas que acreditaram em mim que são o Prof. Augusto César, sempre acreditou no meu potencial com a paciência e sabedoria únicas, e a Prof^a. Débora, que me acolheu nos últimos instantes e dedicou tempo e esforço para que eu pudesse completar mais este estágio em minha vida. Aprender com vocês foi de extremo valor para mim. Muito obrigado!

Por último, mas não menos importante, quero agradecer à Enedes Maria, grande mulher, companheira e guerreira. Me incentivou a querer vencer e estava ao meu lado nas dificuldades, sempre com seu jeito carinhoso de ser. Deseja meu sucesso e felicidade tanto quanto desejo o mesmo para ela. Não vou te esquecer jamais!

“Suba o primeiro degrau com fé.
Não é necessário que você veja
toda a escada. Apenas dê o
primeiro passo.”

Martin Luther King

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo analisar a influência da Educação Empreendedora na formação dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe do *campus* São Cristóvão/SE. Buscou-se identificar de cada discente o perfil individual, o perfil empreendedor e a contribuição que a universidade ofereceu para a sua formação empreendedora. Foram aplicados questionários junto aos alunos do curso que se enquadravam nos critérios de pesquisa estabelecidos, que foram: estar cursando a partir do 6º período acadêmico, estar com situação ativa e devidamente matriculado no período correspondente e ser aluno do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe do *campus* São Cristóvão/SE. Diante disso, os questionários foram distribuídos para coleta de dados através de plataformas virtuais e com termo de consentimento para concordância do uso das informações apenas para fins acadêmicos. Verificou-se que grande parte dos alunos não se veem como indivíduos empreendedores e que a Instituição de Ensino Superior deve oferecer uma maior gama de conteúdo que trate sobre Empreendedorismo na grade curricular do curso de Administração. Porém os mesmos reconhecem que o corpo docente da instituição os estimula a desenvolverem os conceitos de empreendedorismo. Conclui-se que é necessário que haja maior interação entre os alunos e professores do curso de Administração, além de inclusão de mais disciplinas que venham vislumbrar uma formação empreendedora.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedor; Educação Empreendedora.

ABSTRACT

The present study aims to analyze the influence of Entrepreneurial Education in the formation of students of the course of Administration of the Federal University of Sergipe of the *campus* São Cristóvão/SE. Each student was sought to identify the individual profile, the entrepreneurial profile and the contribution that the university offered for its entrepreneurial formation. Questionnaires were applied to the students of the course that fit the established research criteria, which were: to be studying from the 6th academic period, to be in an active situation and properly enrolled in the corresponding period and to be a student of the Administration course of the Federal University of Sergipe of the *campus* São Cristóvão/SE. As a result, the questionnaires were distributed for data collection through virtual platforms and with a consent term for agreement of the use of information for academic purposes only. It was verified that most of the students do not see themselves as entrepreneurial individuals and that the Institution of Higher Education should offer a greater range of content that deals with Entrepreneurship in the curriculum of the Administration course. But they recognize that the institution's faculty encourages them to develop the concepts of entrepreneurship. It is concluded that there is a need for greater interaction between the students and professors of the Administration course, besides the inclusion of more disciplines that come to envisage an entrepreneurial formation.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneur; Entrepreneurial Education.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Características comportamentais e respectivas dimensões	24
Figura 02 – Agentes socializantes promovendo o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza	30
Figura 03 – Características e elementos envolvidos na educação empreendedora	31
Figura 04 – Média e Desvio Padrão para afirmativas relacionadas às Características Comportamentais Empreendedoras	55

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Síntese dos artigos relacionados ao tema	39
Quadro 02 – Variáveis e indicadores da pesquisa	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Idade dos alunos	48
Gráfico 02 – Período atual do curso	48
Gráfico 03 – Atividade profissional	49
Gráfico 04 – Motivação para ingressar no curso de Administração da UFS	50
Gráfico 05 – Avaliação do curso de Administração	51
Gráfico 06 – Primeiro contato com conteúdo que tratasse sobre Empreendedorismo	52
Gráfico 07 – Aplicação no futuro do que aprendeu sobre Empreendedorismo em sua vida cotidiana	53
Gráfico 08 – Características Comportamentais Empreendedoras	54
Gráfico 09 – Avaliação do ensino de Empreendedorismo da UFS	56
Gráfico 10 – Meio de contato com o tema Educação Empreendedora	57
Gráfico 11 – Responsável pelo incentivo a se tornar uma pessoa empreendedora	58
Gráfico 12 – Estímulo durante o curso de Administração para a prática das características empreendedoras	59

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EE	Educação Empreendedora
IES	Instituição de Ensino Superior
IMAE	Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora
MSI	Management Systems International
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIGAA	Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas
UFS	Universidade Federal de Sergipe

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Justificativa.....	14
1.2	Situação problemática.....	15
1.3	Objetivos	16
1.3.1	Objetivo geral.....	16
1.3.2	Objetivos específicos.....	16
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1	Empreendedorismo	17
2.2	Empreendedor	21
2.3	Educação empreendedora	25
2.3.1	Conceito teórico.....	25
2.3.2	Educação empreendedora no ensino superior	27
2.4	Estado da arte	32
3	METODOLOGIA.....	41
3.1	Caracterização da pesquisa	41
3.2	Questões da pesquisa.....	42
3.3	Definições das variáveis e indicadores	42
3.4	Definição do universo e amostra	43
3.5	Definição do método e instrumento de pesquisa	44
3.6	Tratamento dos dados	44
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	46
4.1	Apresentação da Universidade Federal de Sergipe e do Curso de Administração	46
4.2	Perfil dos alunos do curso de Administração da UFS	48
4.3	Nível Empreendedor dos alunos do Curso de Administração da UFS	51
4.4	Influência da Universidade na formação empreendedora dos alunos do curso de Administração	55
5	CONCLUSÕES	62
5.1	Considerações finais.....	64
	REFERÊNCIAS.....	66
	ANEXO A – Questionário	71

1 INTRODUÇÃO

O mercado contemporâneo foi tornando-se cada vez mais instável, dinâmico e exigente ao longo do tempo. Surge um novo desenho estratégico; um cenário mais específico, onde a elevada competição empresarial, a inovação, tanto tecnológica quanto intelectual, e as constantes mudanças nas relações do trabalho tornaram-se fatores primordiais para determinar o sucesso ou fracasso das organizações.

Em meio a estas transformações, existe outro fator importante que, apesar de não ser muito difundido no Brasil ou ser interpretado de maneira errônea por não ter espaço de estudos no meio acadêmico do país, já é considerado como sendo um dos fatores primordiais para o desenvolvimento econômico-social de um país. Podemos classificá-lo de fenômeno do empreendedorismo.

Ainda existe muita dúvida em relação à caracterização do empreendedorismo, pois não foi definido se ele está inerente à natureza da pessoa empreendedora ou se é adquirido através da aprendizagem na área.

O ideal, segundo estudiosos na área, é que houvesse aulas sobre o tema já nas fases do ensino fundamental. Isto ajudaria a identificar e a formar mais precocemente pessoas com fortes tendências para empreender, tanto para seu próprio negócio quanto para a atividade que venha a desempenhar dentro de uma organização, seja ela de qualquer tipo.

Segundo Souza *et al.* (2013), a atividade empreendedora possui basicamente quatro dimensões que o definem: Planejamento, que seria a capacidade de gerenciar o empreendimento ou atividade; Realização, como forma de tomar iniciativas; Poder, que é a predisposição a ser líder; e Inovação, que seria agir de forma inovadora e criativa.

Isto nos informa que não basta apenas assumir a responsabilidade em assumir riscos que todo empreendedor tem ao abrir um novo negócio, mas sim ter toda uma cultura como alicerce, que possa unir a vontade nata de empreender junto com o conhecimento acadêmico na área. Tem-se então a referência da educação empreendedora como facilitadora desta união.

Segundo Tavares *et. al.* (2013), a Educação Empreendedora (EE), além da transmissão do conhecimento, também tem o objetivo de orientar o indivíduo a realizar suas escolhas e para contribuir para o fortalecimento do seu projeto de vida.

Sendo assim, se faz necessário que os discentes que ingressam ou que se graduam na instituição de ensino superior (IES) tenham a oportunidade de descobrir através da EE várias potencialidades que os auxiliem, não somente na vida profissional, como também em áreas onde realmente sejam agentes de transformações sociais relevantes.

O objetivo deste trabalho, portanto, é analisar, de forma clara e concisa, como a EE influencia na formação de indivíduos empreendedores do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe, sendo que estes não somente sejam preparados para o mercado de trabalho, mas que tenham a real noção de aprendizado empreendedor na instituição de ensino.

Este estudo está estruturado em cinco capítulos onde o capítulo introdutório traz a retratação contextual da pesquisa, a apresentação da justificativa e os fatores que norteiam o estudo que seriam a evidência do problema e os objetivos (gerais e específicos).

O segundo capítulo, que trata da fundamentação teórica, aborda conceitos que servem de base para a pesquisa, ou seja, conceituação de diversas fontes de conhecimento cujo conteúdo tem relevância para o tema proposto.

Tem-se no terceiro capítulo a abordagem dos procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, bem como a classificação, a natureza, o universo e amostra, o instrumento de coleta de dados e o tratamento que os mesmos receberam para início das análises.

Já o quarto capítulo expõe os resultados devidamente analisados e as discussões de cada item, obtidos por meio da natureza quantitativa do estudo. Por fim, o último capítulo traz as conclusões com base nas análises dos resultados e as considerações finais da pesquisa.

1.1 Justificativa

Atualmente para os empreendedores não basta apenas ter vontade e entusiasmo de empreender, mas aliado a isto se deve ter conhecimento e técnica aprofundada do negócio que se deseja desenvolver para que o êxito seja confirmado. A educação empreendedora serve como um pilar para esta questão, visto que é através dela que são identificadas as vertentes que fazem de um indivíduo um verdadeiro empreendedor.

Segundo Bonacim *et al.* (2009), as dificuldades ainda são grandes e o empreendedorismo acaba por ser uma escolha arriscada, devido à falta de respaldo para o empreendedor. Os empreendedores encontram na abertura de um negócio a solução para a falta de emprego ou de perspectivas de ascensão profissional.

Em virtude disto, se faz necessário que os futuros e atuais administradores sergipanos, que tenham adquirido conhecimento formal através do curso acadêmico nas universidades, tenham noção do seu negócio ou de suas habilidades empreendedoras e saibam quais as consequências de suas tomadas de decisões no decorrer de suas atividades.

Segundo Schaefer e Minello (2016), a educação empreendedora é uma ferramenta que pode aumentar a qualidade da preparação e a quantidade de jovens inovadores, proativos e com iniciativa, tanto para trabalharem em uma organização ou atividade autônoma, quanto para liderarem seu próprio negócio. Em ambas situações o resultado socioeconômico é impactante.

De acordo com Guimarães e Lima (2016), empreender na educação não é simplesmente esboçar uma ideia e executá-la, como se aprende corriqueiramente nas matérias de empreendedorismo tradicional. Na arena acadêmica, este ato de empreender é considerado mais relevante à medida que os alunos adquirem mais conhecimento, repassado principalmente pelos docentes.

Ainda segundo os autores, a complexidade do ambiente universitário ao tentar promover ações empreendedoras se deve principalmente a fatores histórico-sócio-culturais, os quais estão enraizados ao longo de décadas nas instituições e que torna a ideia de inovação muito difícil de ser executada.

Conforme Tavares *et. al* (2013), o ensino do empreendedorismo vem sendo cada vez mais ampliado, ao passo que o empreendedor, além de ter conhecimento dos conceitos e teorias existentes, também deve aprender vivenciando na prática; no dia a dia. Isto faz com que se formem indivíduos cada vez mais comprometidos com questões econômicas, ambientais e sociais, que são extremamente relevantes para a sociedade.

Para Neves e Steil (2014), estudos sobre a relação entre a educação e o empreendedorismo dão enorme contribuição para o desenvolvimento da pesquisa acadêmica a respeito do tema, bem como para gerir as ações de forma efetiva. Porém estes estudos ainda são escassos em nosso ambiente acadêmico, fazendo com que seja de suma importância que haja mais pesquisas focadas nesta relação e nos programas e estratégias utilizados na educação empreendedora.

Segundo Rocha e Freitas (2014), nos cursos de Administração do Brasil persiste uma tendência notória na formação do egresso para que ele seja capacitado a ser funcionário para carreiras em grandes empresas. As diferentes linhas de pensamento entre a formação tradicional em Administração e a formação com traços empreendedores se fizeram de mote para a busca de novos modelos pedagógicos apropriados para a formação empreendedora, que seja compatível com as habilidades e atitudes próprias de um indivíduo empreendedor.

Então, seguindo este pensamento, o presente trabalho se faz necessário para a compreensão do nível atual de educação empreendedora que foi absorvida pelos alunos do curso de administração da Universidade Federal de Sergipe no decorrer da fase acadêmica e também para informar que empreendedorismo não está somente ligado ao espaço empresarial; pode ser relacionado a vários aspectos do conhecimento cotidiano no âmbito profissional de diversas áreas de atuação.

1.2 Situação problemática

De acordo com Marconi e Lakatos (2011), o problema é uma dificuldade, teórica ou prática, no conhecimento de alguma coisa de real importância, para a qual deve-se encontrar uma solução. Definir um problema significa especificá-lo em detalhes precisos e exatos. Deve-se ter clareza, concisão e objetividade para a formulação do

problema. É uma tarefa complexa, pois não basta apenas a identificação, mas aliar a este fato os primeiros reparos operacionais que são a compreensão e isolamento dos fatores específicos que constituem o problema.

Desta forma, inicialmente, será discutida e explanada a base teórica relativa ao tema e, posteriormente, por meio de aplicação de questionários de pesquisa, serão analisados os resultados para esclarecimento do problema. Com base nisto foi formulado o seguinte problema de pesquisa:

Qual a influência da educação empreendedora na formação dos alunos do curso de administração da Universidade Federal de Sergipe, sob a perspectiva dos mesmos?

1.3 Objetivos

Os problemas propostos para investigação geralmente são bastante genéricos. Para que se possa realizar a pesquisa com precisão que se quer alcançar tem-se a necessidade de especificá-los. A especificação dos objetivos é feita pela identificação de todos os dados a serem recolhidos para tornar possível uma resposta ao problema proposto (GIL, 2010).

1.3.1 Objetivo geral

Analisar a influência da educação empreendedora na formação dos alunos do curso de administração da Universidade Federal de Sergipe, sob a perspectiva dos mesmos.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Descrever o perfil dos discentes do curso de Administração com base em seu desenvolvimento educacional durante o período acadêmico na Universidade Federal de Sergipe.
- b) Verificar o nível empreendedor presente nos alunos do curso de Administração adquirido ao longo do período acadêmico.
- c) Investigar a formação empreendedora dos discentes do curso de Administração através da influência da Universidade Federal de Sergipe.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, também conhecido como Revisão Bibliográfica, procurou-se destacar os principais trabalhos relacionados ao assunto pesquisado, fazer uma conexão entre a bibliografia pesquisada e os objetivos do tema que está sendo estudado.

Creswell (2010) destaca que a fundamentação teórica cumpre vários propósitos. Pode-se destacar o compartilhamento com o leitor dos resultados de outros estudos que estão intimamente relacionados ao que está sendo realizado, o relacionamento de um estudo ao diálogo maior e contínuo na literatura, preenchendo lacunas e ampliando estudos anteriores, bem como proporciona uma estrutura para estabelecer a importância do estudo e também uma referência para comparar os resultados obtidos com outros resultados anteriormente.

De acordo com Marconi e Lakatos (2011), esta é a fase do trabalho onde se faz a análise dos dados levantados em fontes secundárias. Faz-se referência às informações ligadas ao estudo e ao resumo das conclusões mais importante, sendo assim, as bibliografias pertinentes ao tema da pesquisa não devem ser omitidas.

2.1 Empreendedorismo

Na idade média, o termo empreendedor era utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Este por sua vez não assumia grandes riscos e apenas gerenciava os projetos com os recursos disponíveis, geralmente oriundos do governo do país (DORNELAS, 2001).

De acordo com a análise histórica de Dornelas (2001), a partir do século XVII já se inicia a ideia de relação entre assumir riscos e empreendedorismo, pois o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Como muitas vezes os preços eram prefixados, então qualquer lucro ou prejuízo seria de total responsabilidade do empreendedor. Foi neste período também que surgiu a figura do economista Richard Cantillon, considerado por muitos um dos criadores do termo “empreendedorismo”, o qual também foi um dos primeiros estudiosos a diferenciar o empreendedor – aquele que assume riscos – do capitalista – aquele que fornece o capital.

O autor continua descrevendo que no século seguinte, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, muito provável como consequência da transformação a qual o mundo estava passando em decorrência da chamada primeira Revolução Industrial, onde ocorreu a transição do feudalismo e da manufatura para o modelo de economia da era moderna. Período este também marcado pelo avanço tecnológico em larga escala devido aos investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Pode-se tomar como exemplo o caso de Thomas Edison e suas pesquisas referentes a eletricidade e química financiada por investidores que acreditaram em suas ideias.

O termo “empreendedor” começou a ganhar definições mais específicas a partir do início do século XIX, através do economista francês Jean Baptiste Say, denotando aquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” (REVISTA FAAP, 2010).

Chegando ao século XX a palavra foi incorporada à língua inglesa sob o termo “entrepreneur”. Foi a partir desta época que este fenômeno passou a ser estudado pelos economistas modernos. O mais atuante deles em relação ao desenvolvimento da teoria e prática do empreendedorismo foi o economista austríaco Joseph Schumpeter. Em seus estudos, ele classifica o empreendedorismo como a “máquina propulsora do desenvolvimento da economia”.

A Revista FAAP (2010) assevera que de acordo com Schumpeter (1975), a inovação é o principal mote do desenvolvimento capitalista, pois onde não existe inovação, não há empreendedores; sem os investimentos que os empreendedores propiciam, não há retorno de capital e o capitalismo não se desenvolve.

Trazendo para os dias atuais, Hisrich, Peters e Shepherd (2009) versam que o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico engloba outros fatores além do aumento da produção e de renda *per capita*, que seria a atitude de iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade. Mas deve-se levar em consideração que para que isto possa ocorrer é necessário que haja uma teoria do crescimento econômico que põe a inovação como o fator mais importante, tanto para o desenvolvimento de novos produtos ou serviços para o mercado, quanto para

estimular o interesse em investir nos novos empreendimentos que estão sendo criados.

Um fenômeno bastante estudado e que ainda desperta o interesse de muitas pessoas ao redor do mundo, principalmente quando se trata de desenvolvimento social e tecnológico. Segundo Guimarães e Azambuja (2010), o empreendedorismo, por ser um fenômeno universal, acaba por ser, sobretudo, dinâmico, pois se altera no tempo e no espaço de acordo com as transformações socioeconômicas e tecnológicas.

As variáveis que influenciam este acontecimento podem sofrer mutações ao longo do tempo. Sendo assim, fatores individuais ou socioculturais e organizacionais que podem ser de extrema importância em um determinado período, em outra ocasião podem não servir mais como parâmetros relevantes, visto que a natureza dos empreendimentos e as qualidades e necessidades requeridas dos empreendedores também se modificam.

O empreendedorismo é visto como a maneira mais eficiente de unir ciência e mercado, criando novas empresas e levando novos produtos e serviços ao mercado. Como consequência, estes fatores podem afetar a economia de uma localidade ao construir sua base econômica e gerar empregos.

Segundo Dornelas, Timmons e Spinelli (2010), o empreendedorismo consolidou seu desenvolvimento nos últimos anos de tal maneira que já pode ser considerado como o novo paradigma administrativo. O raciocínio e pensamento empreendedores estão cada vez mais incorporados e inseridos nas estratégias e práticas organizacionais em todo o mundo, inclusive nas corporações mais tradicionais.

Outro conceito foi formulado ao longo de três décadas a partir de pesquisas de Jeffry A. Timmons e incrementada por Stephen Spinelli, Jr., enfatizando que:

O empreendedorismo é uma forma de pensar, raciocinar e agir obcecada pela oportunidade, com abordagem holística e equilibrada em termos de liderança, com o objetivo de criação e captura de valor. O empreendedorismo resulta na criação, melhoria, realização e renovação de valor, não apenas para os proprietários, mas para todos os participantes interessados (DORNELAS et al., 2010, p.75).

De acordo com Góes *et al.* (2013), o empreendedorismo é visto como uma atividade de risco e oportunidades. O risco se relaciona com um evento cuja frequência é

ocorrido em experiências ou momentos anteriores, logo existe uma probabilidade que pode ser estimada em acontecer. O papel fundamental do empreendedor é assumir a incerteza que é determinada justamente por essa ambiguidade que o empreendedorismo propõe.

Empreendedorismo, segundo Vieira *et al.* (2013), é o processo de criação de algo novo, com valor, utilizando a dedicação de tempo e esforço necessários, capacidade de assumir os riscos financeiros, mentais e sociais correspondentes e de recebimento das consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Enfatiza-se também que partindo deste princípio pode-se pressupor que o empreendedorismo vai além da questão de assumir riscos e receber as recompensas advindas da criação e desenvolvimento do empreendimento. Porém faz-se necessário alinhar que existem outros fatores que podem influenciar o surgimento do fenômeno empreendedor.

De acordo com Malheiros *et al.* (2005), o empreendedorismo é um comportamento e não um traço de personalidade individual. Sendo assim, as pessoas se utilizam de ferramentas que auxiliam na prática empreendedora, gerando assim o interesse em buscar mudanças, tanto econômica, social ou pessoal, reagir a elas e explorá-las como oportunidade de negócios.

Segundo o autor a consequência deste conjunto de atitudes é o que incentiva a criação de novas empresas, impulsiona o desenvolvimento de uma determinada região e transforma a mentalidade dos cidadãos que nela vivem. Não deixando de mencionar que as políticas públicas também têm seu papel no tocante à valorização do emprego, a estabilidade financeira e a formação universitária, grandes pilares para a realização profissional no Brasil.

Para Boeira e Noro (2011), são várias as formas de conceituar o que é empreendedorismo. A diferença sendo basicamente com base em um determinado conhecimento ou área de atuação na qual está sendo empregado o estudo. A importância, no entanto, reside no fato de que o empreendedorismo cresce cada vez mais no Brasil e no mundo. Daí a necessidade da prática do empreendedorismo se expandir, pois a consequência é o auxílio no crescimento do país, gerando mais postos de trabalho, renda e acréscimo nos investimentos.

2.2 Empreendedor

Segundo Malheiros *et al.* (2005), os empreendedores são pessoas inovadoras, capazes de identificar oportunidades e que sabem enxergar as mudanças. Busca recursos e aproveita tais oportunidades e mudanças para a formação de novos negócios ou técnicas de trabalho.

Longenecker *et al.* (2007), com visão mais centrada no ambiente econômico, diz que empreendedores são indivíduos que descobrem as necessidades do mercado e abrem novas empresas para satisfazê-las. Continuando esta ideia, os autores frisam que o empreendedorismo possui várias facetas, pois é marcado pela diversidade, ou seja, existe uma grande variedade de pessoas e empresas classificadas como empreendedoras e que não há necessidade de tentar se encaixar em um estereótipo limitado.

O desejo de alcançar independência financeira e ter seu próprio negócio, por parte das pessoas, é algo que vem crescendo a cada dia. Porém estes objetivos dificilmente serão atingidos se não houver planejamento, disciplina e dedicação.

De acordo com Góes *et al.* (2013), as principais características que um bom empresário deve ter seriam a capacidade de planejar, avaliar projetos e poder correr riscos. Citando o economista Jean Baptiste Say, acrescentam ainda que algumas qualidades morais também deveriam fazer parte do comportamento do empresário que seriam neste caso o julgamento, a perseverança, o bom senso, conhecimento do mundo, além do conhecimento ou *expertise* do negócio.

Lavieri (2010), com base nos conceitos de Schumpeter, afirma que para o desenvolvimento econômico de uma sociedade existir deve haver um agente transformador que desequilibre a produtividade das organizações e das pessoas, introduzindo novas formas de atuar sobre os recursos com ganhos econômicos sobre as formas preexistentes, ou seja, a inovação, produzida e introduzida com sucesso pelos empreendedores, que leva ao progresso econômico das nações.

Sendo assim, agora na visão da autora, pode-se definir o empreendedor como um indivíduo que persegue a inovação, que se dispõe a fazer as coisas de formas diferentes e que produz ganho através da reorganização dos recursos disponíveis.

Segundo Pereira *et al.* (2013), o ato de empreender está ligado diretamente ao ambiente no qual o empreendedor está inserido, assim como toda ação humana. A própria história do indivíduo lhe norteia e o ajuda a seguir com maior ou menor dinamismo, mas o seu êxito depende do apoio do meio que o cerca e até mesmo de outros empreendedores mais próximos.

Pelo exposto, o empreendedor é uma pessoa que, além de possuir uma natureza mais dinâmica e agressiva para os negócios, também deve ter conhecimento específico sobre o que quer empreender, ou seja, não basta apenas a força de vontade e sim a junção de fatores como conhecer o mercado, conhecer o tipo de negócio e a disponibilidade em assumir riscos. Para DOLABELA (1999), o conceito deve ser pontuado do ponto de vista que,

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, as capacidades de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis (DOLABELA, 1999, p.44).

Conclui ainda que o empreendedor evolui através de um processo iterativo de tentativa e erro, avançando em virtude das descobertas que faz, podendo estas referirem-se a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão, etc.

Na visão de Vicenzi e Bulgacov (2013), os empreendedores ainda podem utilizar-se do conteúdo estratégico para tomada de decisões de negócios, podendo optar por lançar novos produtos ou serviços.

Podem haver diversos motivos para que os empreendedores possam usufruir desta ferramenta em seus empreendimentos, que pode ser a necessidade do cliente, o dinamismo da sociedade que altera estilo de vida, poder aquisitivo, tendências comportamentais; lançamentos de novas tecnologias e até a concorrência podendo lançar produtos originais ou copiando os já existentes e melhorando-os.

Aproveitando esta vertente transformadora, o SEBRAE (2013) define o empreendedor como um ser social. São pessoas que aprendem e se desenvolvem a cada dia, agindo com comprometimento e persistência diante das diversas situações da vida. Se

estabelecem e se desenvolvem através da relação entre suas características individuais e o meio em que vivem.

Pressupõe então que o indivíduo empreendedor nos dias atuais não se encaixa apenas no ambiente corporativo; empresarial. Empreendedores na verdade são pessoas que realizadoras, persistentes, transformadores e buscam excelência naquilo que estão dispostos a desenvolver.

Na visão de Muylder *et al.* (2013), citando Degen (2009), o empreendedor é aquele indivíduo que tem a extrema necessidade de realizar coisas novas, disposto a assumir riscos previamente calculados, com capacidade criativa e inovadora acima do normal e capaz de identificar as oportunidades que surgem.

Lima (2010) destaca que o perfil comportamental do empreendedor não se encaixa numa perspectiva racional, metódica. Existe a incorporação de fatores subjetivos vinculados às suas ações como a força de vontade, motivação. Em outras palavras, a atitude de empreender vem da conduta do indivíduo.

Siqueira *et al.* (2014) corroboram esta análise afirmando que atualmente não existe um consenso a respeito do perfil do empreendedor e suas características comportamentais para os estudiosos, embora essa busca seja foco de várias pesquisas realizadas a respeito.

Uma dessas pesquisas, segundo os autores, visou identificar características comportamentais inerentes aos indivíduos empreendedores bem-sucedidos, conforme pode-se observar na Figura 1. Através deste resultado, embasado por estudo da Management Systems International – MSI (1999) e por trabalhos pesquisados por Souza (2006), ficou depreendido que existem quatro características elementais à figura do empreendedor: Planejamento, Inovação, Realização e Poder.

Estas características serviram de base para o estudo de elaboração do Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE. Ficou entendido então que as características comportamentais do empreendedor deveriam ser inseridas em duas dimensões globais, que seriam a Prospeção e Inovação; e Gestão e Persistência.

Figura 01 – Características comportamentais e respectivas dimensões

CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS		DIMENSÕES
Estabelecimento de metas Busca de informações Planejamento e monitoramento	} Planejamento	I- Prospecção e Inovação
Criatividade Inovação	} Inovação	
Busca de oportunidades Iniciativa Persistência Aceitação de riscos Comprometimento	} Realização	II- Gestão e Persistência
Persuasão Estabelecimento de redes de contato Liderança Independência Autoconfiança	} Poder	

Fonte: Dados da pesquisa de Siqueira et al. (2014) com base em MSI (1999), Souza (2006) e Lopez Jr. e Souza (2005)

Para Vale *et al.* (2014), o empreendedor deve ser considerado como um indivíduo que sempre está em estado de alerta, para identificar e explorar novas oportunidades. Esta seria, portanto, a principal capacidade do empreendedor. Estes são sempre os primeiros a identificar oportunidades lucrativas.

Ainda segundo os autores, esta capacidade de se manter alerta ao que acontece no ambiente à sua volta reflete e expressa, inclusive, motivações pessoais, sonhos e aspirações do próprio empreendedor. Destaca-se ainda que estes fatores servem de degrau para um outro patamar de estudo da área do empreendedorismo. Em outras palavras, os valores, as motivações humanas e a necessidade de autorrealização são princípios fundamentais de indivíduos que sentem-se obstinados a realizar atividades empreendedoras.

Segundo Pereira *et al.* (2013), os empreendedores demonstram uma capacidade de preencher uma lacuna organizacional à medida que conseguem transformar uma oportunidade em um conjunto de ideias que se complementam, gerando algo de valor, que é absorvido pelo mercado.

Os autores concluem ainda que os empreendedores transparecem a realização de algo que vai além da criação de valor, pois transformam-se com essa criação, ou seja,

o indivíduo além de se caracterizar como empreendedor através de suas ações acaba também evoluindo sua personalidade através delas.

2.3 Educação empreendedora

Para entender o que é Educação Empreendedora (EE), foi explanado primeiramente os pilares de conhecimento para que ela possa existir: Empreendedorismo e empreendedor.

2.3.1 Conceito teórico

Fazendo uma breve análise histórica, Oliveira *et al.* (2016) destacam que o início ensino do empreendedorismo no Brasil se deu na década de 80, através da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas e a partir daí se disseminou por outras instituições de ensino superior. Nos Estados Unidos, surgiu através de universidade de Harvard, mais precisamente no ano de 1947, após a Segunda Guerra Mundial, objetivando a qualificação profissional dos ex-combatentes para a promoção do autoemprego e criação de oportunidades de trabalho. Mas o ensino do empreendedorismo passou a ser incluído em componentes curriculares das universidades somente a partir da década de 70, como resposta às mudanças econômicas e do mercado de trabalho.

De acordo com Silva *et al.* (2013), o ensino do empreendedorismo é um dos mais novos padrões sociais e de inclusão no mercado, necessitando enfatizar que a escola deve ser um espaço no qual se aprende, ensina e educa e a falta de atitude e compromisso com o futuro não são mais tolerados no caminho ao desenvolvimento da sociedade de um país.

Ainda segundo os autores, a educação voltada para o empreendedorismo é constituída de um processo de recepção e transmissão do conhecimento sobre o ambiente e o próprio indivíduo. Referenciando Ramos *et al.* (2005), elencam também as contribuições que este processo desencadeia através do surgimento de habilidades, atitudes e comportamentos para a prospecção e exploração de oportunidades para a transformação do meio em que o indivíduo vive tendo como consequência o desenvolvimento econômico, social e cultural.

De acordo com Oliveira *et al.* (2016), o conceito de EE deve ser entendido como sendo o processo de desenvolvimento do ser humano no tocante a identificar e aproveitar oportunidades e transformá-las em realidade, fazendo com que haja geração de valores financeiros, sociais e culturais para beneficiar a sociedade na qual este está inserido.

Segundo Lopes (2010), a personalidade, família, etnia, cultura, religião, exposição a negócios, modelos e experiência de trabalho são fatores de contribuição para que surja o indivíduo empreendedor. Além destes citados, também podem ser destacados a educação e o treinamento como influenciadores. Estes sendo fundamentais para despertar atitudes, conhecimentos e habilidades empreendedoras, sobretudo no intuito de conscientizar sobre as possibilidades de carreira do empreendedor.

Ensino e aprendizagem do empreendedorismo envolvem o desenvolvimento de conhecimento, habilidades, atitudes e qualidades pessoais apropriadas à idade e ao desenvolvimento dos alunos (LOPES, 2010, p. 27).

Portanto, a EE pode ser entendida como uma atividade que vai além das fronteiras dos cursos de ensino superior em administração, pois ela se molda à forma com que cada indivíduo desenvolve suas características empreendedoras. Em outras palavras, todos podem ser empreendedores, independente da profissão que escolhem ou da área em que atuam, desde que tenham incentivo e conhecimento para tal condição.

De acordo com a autora, na visão dos especialistas que estudam o empreendedorismo, a EE também deve significar o desenvolvimento do potencial para agir sobre as diferentes situações que possam surgir, sobre as oportunidades, descobrindo e iniciando negócios, orientando-se de forma empreendedora ante as oportunidades.

Citando a ideia do renomado professor Fernando Dolabela, chega a conclusão de que essa educação deve servir para ampliação do repertório de respostas e de ações e fazer com que os indivíduos se sintam mais confortáveis quando se depararem com situações novas e incertas.

Segundo Lopes e Teixeira (2010), citando DOLABELA (2003), o ensino do empreendedorismo implica muito mais em fatores motivacionais e em habilidades comportamentais do que propriamente em conteúdos didáticos e instrumentais. O

objetivo final deve ser formar indivíduos preparados para alcançar sucesso, independentemente de virem a iniciar novas empresas.

Para as autoras, deve-se também levar em consideração que existe diferença entre a formação em Administração e a EE. Enquanto a primeira está basicamente focada na gestão de negócios, a segunda leva em consideração a criação de uma empresa ou novo negócio, com foco em vários aspectos, sendo estes, por exemplo, liderança, negociação, criatividade e inovação tecnológica, desenvolvimento de novos produtos e serviços, entre outros.

Ainda destacando a importância da EE para a formação do indivíduo, Oliveira *et al.* (2016) explanam que os benefícios advindos da educação empreendedora não abrangem somente a formação de profissionais capacitados para gerir grandes corporações, mas englobam também pessoas imbuídas de conhecimento e capazes para a criação e novos negócios, além de serem inovadoras em organizações já constituídas, pois também adquirem capacidade de gerenciar e conduzir negócios nos mercados atuais que se mostram mais complexos a cada momento.

De acordo com Fillion (2000), a EE deve estar voltada para a aprendizagem do autoconhecimento e do *know-how*, que desenvolva no futuro empreendedor uma estrutura de trabalho mental empreendedora. No caso de estudantes de empreendedorismo, o padrão de aprendizagem adquirido deve inspirá-los a buscar um aprendizado contínuo e deixá-los mais à vontade com o novo papel empreendedor que desempenharão.

Para o autor, em qualquer programa educacional, o importante não é somente o que se aprende, mas a forma como isso é aprendido. Uma vez que os estudantes tenham adquirido essa base de aprendizado, os mesmos serão os agentes que definirão o *know-how* gerencial que precisam aprender caso estejam com intenções de realizar alguma visão.

2.3.2 Educação empreendedora no ensino superior

Guerra e Grazziotin (2010, p.70) destacam que as instituições de ensino superior (IES) necessitam superar uma estrutura sociopedagógica que criou raízes há muito tempo desde a colonização do Brasil. Fator este extremamente determinante para o

empreendedorismo não fazer parte da cultura da sociedade brasileira e impede o mesmo de elaborar uma perspectiva empreendedora mais abrangente que seja mais adequada à realidade brasileira. Esta limitação, portanto, seria o ponto de partida para que o Brasil, em vários levantamentos estudados, seja classificado como um país que empreende por necessidade, ou seja, os brasileiros têm vontade de empreender como forma de reação ao contexto histórico e social no qual vivem.

Ainda segundo as autoras, as IES brasileiras, por serem advindas de uma cultura colonial, apenas reproduzem modelos pedagógicos oriundos de concepções educacionais de outros países mais desenvolvidos, alertando que não há uma cultura acadêmica no Brasil para que o país seja produtor de conhecimento.

Mas como alterar este panorama? Guerra e Grazziotin (2010, p.76) sugerem que os modelos de educação tradicional sejam revistos, pois atualmente existem novos desafios que devem ser superados com novas ferramentas conceituais. Destacando ainda que utilizando os mesmos mecanismos de décadas atrás não se encontrará outro resultado diferente do que já é visto.

Para Schaefer e Minello (2016), no ambiente acadêmico, a educação empreendedora deve levar em conta todo o suporte cognitivo, emocional e social do aluno. A evolução deste deve ser gradual com o intuito de reduzir as tensões existentes entre os indivíduos e o mundo ao seu redor, estimulando assim o aumento do nível de autoconfiança que se faz necessário à atividade empreendedora.

Oliveira *et al.* (2016) destacam que o desenvolvimento do perfil empreendedor no aluno é basicamente capacitá-lo para a criação, condução e implementação do processo criativo, consequentemente dando a oportunidade para que o mesmo elabore novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, se tornando o agente principal do seu crescimento pessoal, bem como da organização que está inserido.

As autoras destacam ainda que o posicionamento do corpo docente e das instituições de ensino superior deve ser de destaque no sentido de proporcionar ferramentas para os diversos métodos de ensino disponíveis, utilizando como estratégias de desenvolvimento das capacidades e competências dos alunos, direcionadas para as

atitudes empreendedoras realizando assim uma formação empreendedora propriamente dita.

Segundo Leite *et al.* (2009), existem razões para que o ensino do empreendedorismo seja válido. A primeira delas seria o contraponto que existe nos valores do ensino que não são direcionados para o empreendedorismo nas instituições educacionais. A segunda razão deve-se ao fato de que tanto o ensino profissionalizante quanto o universitário possuem a cultura da grande empresa, ou seja, o ensino é voltado para que se desenvolva no aluno o instinto de gerenciar uma grande organização já existente, ao passo que o foco em pequenas empresas ou criação de novos negócios é quase inexistente nos cursos de graduação. Em terceiro lugar é destacado que as empresas estão exigindo cada vez mais dos colaboradores um certo grau de veia empreendedora que sirva para atender as necessidades do cliente e identificar oportunidades. E, por fim, a cidadania como fator imputado no empreendedor, sendo este um agente consciente e comprometido em transformar a comunidade e o meio ambiente ao seu redor.

Os autores destacam ainda que a sala de aula é o ambiente propício para que estas razões sejam melhor absorvidas pelos discentes. O empreendedorismo se faz importante para a formação de graduandos de todos os cursos, pois oferece a oportunidade para os alunos expandirem suas perspectivas sobre o desenvolvimento de instrumentos educacionais, novas oportunidades empresariais e, por consequência, a geração de novos empregos.

Degen (2010) afirma que atualmente diversas IES já possuem em seu escopo cursos e centros de empreendedorismo que treinam e incentivam os alunos a empreender, partindo do ponto de vista de pesquisa através de incubadoras, chegando até mesmo a auxiliar na captação de recursos financeiros. Porém há o contraponto de que a maioria dos cursos de empreendedorismo se volta para os alunos de graduação e estes ainda não possuem maturidade profissional e experiência suficiente para identificar as oportunidades de negócio que o mercado oferece.

O autor reitera que são poucas as IES que oferecem cursos de pós-graduação que apoiem os ex-alunos que já tiveram tempo de carreira relativamente satisfatório para possuir as habilidades citadas no parágrafo anterior. Além disso, as instituições que

promovem o empreendedorismo o fazem voltados exclusivamente para as áreas de tecnologia e de administração de negócios, isolando de disciplinas que poderiam contribuir para o desenvolvimento empreendedor como, por exemplo, sociologia, ciências comportamentais, história e ciências ambientais.

De acordo com Degen (2010) é de fundamental importância que as IES pesquisem oportunidades de negócios que promovam o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza; ofereçam ambiente atrativo, treinamento e motivação para que ex-alunos que estejam interessados em empreender aproveitem e desenvolvam as oportunidades; e atraiam investidores e fundos de investimento que se interessem em apoiar e obter lucros através da exploração destas. Vê-se na Figura 02 como exemplificar esta teoria.

Figura 02 – Agentes socializantes promovendo o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza



Fonte: Adaptado de Degen (2010)

Segundo o autor, a junção destes fatores pode transformar as IES em agentes de mudança social ou, de acordo com as palavras do mesmo, de forma mais específica, em “agentes socializantes”, que dariam eficácia na persecução do objetivo maior que seria a promoção do desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza.

Segundo Schaefer e Minello (2016), o ensino da EE não pode ser idêntico às demais disciplinas, pois devem estimular o aluno ao desenvolvimento de contextos e à

percepção das várias etapas de sua evolução. Acrescentam ainda que a simples transmissão de conhecimento, a forma tradicional de ensino, deve dar lugar ao desenvolvimento do conhecimento e do conceito em si e à aquisição de *know-how*.

Os autores acrescentam que o empreendedorismo não deve ser tratado como uma disciplina isolada, como é apresentado na maioria das instituições de ensino, mas sim integrada às demais, pois existe uma interligação entre o elemento de estudo central do empreendedorismo e às diversas questões relacionadas a outros campos de investigação. Pode-se verificar esta síntese através da Figura 03.

Figura 03 – Características e elementos envolvidos na educação empreendedora



Fonte: Schaefer e Minello (2016)

Portanto, na visão de Schaefer e Minello (2016), a universidade que pretende ser praticante de uma formação empreendedora deve proceder de forma harmônica, integralizada, transversal e interdisciplinar. Os autores, referenciando Guerra e Grazziotin (2010), reiteram que o professor é o ator responsável a criar nos alunos o estímulo de pensar e agir com mentalidade empreendedora. A sala de aula deve

tornar-se laboratório do conhecimento e o tema empreendedorismo deve ser difundido em todos os cursos e em todos os níveis.

Os autores discorrem ainda que houve um crescimento significativo do interesse pela educação empreendedora e que pesquisas constantes sobre o tema têm gerado formas inovadoras de pensamento sobre o indivíduo empreendedor e os meios de desenvolvê-lo; e as universidades sendo apontadas como o ambiente propício para a disseminação da cultura empreendedora.

2.4 Estado da arte

Neste capítulo será apresentada uma síntese de alguns estudos relacionados ao tema, para que haja uma maior compreensão do mesmo, baseada em pesquisas realizadas a respeito da influência do empreendedorismo e da educação empreendedora na formação de alunos de instituições de ensino superior.

Visando contribuir para maior entendimento de uma educação voltada ao empreendedorismo, Isaac Pinto da Silva, Marcos Francisco de Sousa, Tomás Savie Eurico e Wilson Guasti Júnior (2013), através do artigo **Educação Empreendedora na proposta curricular: Despertando o interesse do aluno pela construção da sua aprendizagem**, objetivaram destacar que a EE pode constituir um diferencial estratégico no processo de ensino-aprendizagem do aluno, na qualidade da educação, em melhor formação do cidadão.

Para alcançar tal feito os autores utilizaram como metodologia uma revisão bibliográfica sobre educação e empreendedorismo, utilizando como base de dados informações retiradas dos sítios eletrônicos Scielo, Google Acadêmico, Biblioteca Digital, teses e dissertações diversas, artigos científicos originais e de revisão. Houve a necessidade de coleta de dados e informações para a sustentação teórica devido a pouca publicação recente acerca do tema desenvolvido pelos autores.

Chegou-se à conclusão de que a educação e o empreendedorismo requerem desenvolvimento contínuo, pois estes fatores auxiliam no melhoramento do raciocínio e da criatividade, estimulando e possibilitando que o indivíduo busque e alcance sua autonomia no contexto em que está inserido. O ensino do empreendedorismo na assegurado na grade curricular constituirá um desafio para a escola pública brasileira

e para os professores, pois exigirá que a instituição de ensino e os docentes concebam interação concreta entre o saber e o fazer.

No artigo **Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor**, Estevão Lima de Carvalho Rocha e Ana Augusta Ferreira Freitas (2014) objetivaram analisar, por meio de técnicas diversas, um instrumento que tem como função mensurar a aprendizagem do ensino do Empreendedorismo, nesse sentido, verificando a alteração do perfil empreendedor entre 407 estudantes universitários de diferentes IES do estado do Ceará, participantes e não participantes do processo de formação empreendedora.

Os autores, para definir a metodologia, referenciaram Vergara (2009) definindo a pesquisa como sendo descritiva quanto aos fins; e de campo, quanto aos meios. Teve corte transversal, pois os dados foram coletados em uma única vez, retratando o instantâneo do momento da coleta. O universo da pesquisa foi composto por estudantes universitários matriculados em Curso de Administração de Empresas em IES localizadas na cidade de Fortaleza, capital do Ceará.

A amostra foi caracterizada por estudantes pertencentes a quatro IES distribuídas entre duas IES públicas, sendo elas a Universidade Federal do Ceará (UFC) e a Universidade Estadual do Ceará (UECE), e duas IES particulares, estas sendo a Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e o Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS). As quatro IES estudadas apresentam cursos de Administração consolidados, com mais de 10 anos de funcionamento.

O início da análise dos resultados da pesquisa se deu com a definição de seis dimensões do perfil empreendedor: Líder, Autorrealização, Planejador, Inovador, Assume riscos e Sociável. Após esta primeira fase, a pesquisa mostrou que o perfil empreendedor dos estudantes que participaram das atividades educacionais de formação em empreendedorismo (AEFE) apresentou alterações em apenas quatro das seis dimensões avaliadas. As dimensões Líder e Sociável não apresentaram alterações significativas nos estudantes ao se depararam com as AEFE. No entendimento dos pesquisadores houve dúvidas se essas duas dimensões já estavam sendo mais bem trabalhadas nos cursos de Administração ao ponto de que a formação empreendedora tenha dado maior ênfase às quatro restantes.

Já para as demais dimensões – Autorrealização, Planejador, Inovador e Assume riscos – houveram alterações significativas, atestando que o ensino do empreendedorismo pode ser um instrumento capaz de desenvolver as características empreendedoras em estudantes universitários, mesmo antes de se abrir um negócio próprio.

O artigo de Edson Oliveira Neves e Andrea Valéria Steil (2014), denominado **Educação para o Empreendedorismo: Desenvolvimento de Competências Empreendedoras no Ensino Superior**, objetivou Identificar elementos associados ao desenvolvimento de competências empreendedoras no transcorrer do curso de Administração do Instituto Federal do Norte de Minas Gerais (IFNMG) a partir da percepção dos alunos regularmente matriculados e em fase de conclusão, tendo como referência a proposta educacional da entidade.

A pesquisa teve abordagem qualitativa e o método utilizado para alcançar esse objetivo foi através de entrevistas com os alunos concluintes do curso superior de Administração da IFNMG, norteadas por um roteiro pré-estabelecido que abrangeu três temas centrais, sendo eles a abordagem empreendedora no ensino superior; desenvolvimento pessoal de habilidades e competências empreendedoras; e estratégias e metodologias utilizadas no curso.

Foi feita previamente uma pré-seleção, consultando-se profissionais e educadores da instituição que relacionaram os estudantes que julgaram ter forte identificação e conhecimento sobre o curso. Chegou-se à amostra de seis alunos participantes da entrevista.

Analisando os resultados os autores constataram que os alunos concluintes enfatizam a importância que dão ao ensino do empreendedorismo para sua formação profissional. No contexto de desenvolvimento de competências foi percebido o destaque de aspectos como o autoconhecimento, confiança, visão ampliada e competitividade, além dos estudantes relatarem que adquiriram novas competências ou desenvolvimento de comportamentos já existentes a partir da proposta curricular com a temática do empreendedorismo.

O artigo de Ricardo de Lima Ribeiro, Edson Aparecida de Araújo Querido Oliveira e Elvira Aparecida Simões de Araújo (2014), denominado **A contribuição das**

Instituições de Ensino Superior para a Educação Empreendedora, teve como objetivo analisar esta contribuição na formação de indivíduos empreendedores.

O estudo foi classificado como exploratório e adotou como procedimentos metodológicos para coleta de dados a pesquisa bibliográfica, além do método bibliométrico. Utilizaram como fonte de dados livros, artigos científicos e dissertação de mestrado que estariam relacionados ao tema proposto.

Os autores chegaram à conclusão de que é possível encontrar inúmeros artigos sobre empreendedorismo ou empreendedor. Porém a produção de estudos sobre Educação Empreendedora ou do ensino do empreendedorismo ainda é bastante escassa. Apesar da atenção a respeito do tema estar crescendo, a produção de conhecimento e, conseqüentemente, a discussão sobre o assunto por parte das IES está aquém de atender as demandas da sociedade como um todo. Destacaram ainda que a lógica da falta de interdisciplinaridade, da divisão do conteúdo em pedaços de um todo, da sala de aula como único espaço de aprendizagem e da visão do egresso como empregado de empresa precisa ser invertida urgentemente.

Edmilson Lima, Rose Mary Almeida Lopes, Vânia Maria Jorge Nassif e Dirceu Silva (2015), através do artigo **Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo**, objetivaram identificar formas de melhoramento da educação superior em empreendedorismo para estudantes brasileiros interessados em abrir o próprio negócio.

Para que os objetivos do estudo fossem atingidos, os autores definiram, primeiramente, qual deveria ser o termo utilizado para identificar estes tipos de estudantes, que seriam os fundadores intencionais. Para conseguir os dados necessários para esta identificação os mesmos utilizaram uma pesquisa quantitativa do tipo *survey*, através de questionários enviados eletronicamente para trinta e sete instituições de ensino superior brasileiras, públicas e privadas, atingindo assim o número de respostas de 12.604 estudantes de diversas categorias de cursos.

Após a apuração das informações obtidas no questionário, os autores classificaram as respostas em três níveis: o interesse em disciplinas e atividades de educação empreendedora (EE), a força da intenção empreendedora que o fundador intencional possui e por último as ações que cada um deles já está tomando para ser dono do

seu próprio negócio. Observou-se que os alunos de ensino superior têm grande interesse em conhecimento de EE, porém quando existe a oportunidade de cursar alguma disciplina que trate de do assunto muitas vezes não é bem absorvida e não se recebe os benefícios proporcionados por ela.

Sendo assim, ficou retratado que estes fundadores intencionais nem sempre são de cursos que são mais propícios ao desenvolvimento de competências em planejamento, organização do tempo, negociação, compras, marketing e finanças, ao exemplo do curso de Administração. Portanto deveriam ter mais acesso às disciplinas de Administração para que pudessem utilizar em seus próprios cursos. Para aqueles que já são empreendedores ativos, existe a informação de que é promissora a abrangência da EE com foco na educação continuada de que haja um reforço na continuada de empreendedores.

Os autores concluíram, através dos resultados obtidos, que existe uma necessidade de melhoria da EE no Brasil, principalmente ao conectar à necessidade de uma abordagem prática e de interação dos empreendedores com seu mundo real. Segundo eles, isto poderia gerar contribuições diretas na formação de um grande número de estudantes e contribuições indiretas para o país, visto que já existem fundadores intencionais em atividade. Conclui ainda a necessidade de os centros de empreendedorismo serem mais atuantes junto às instituições de ensino superior, promovendo *workshops*, palestras, redes de relacionamento e atividades práticas, criando um ambiente propício para a formação de mais empreendedores.

Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior foi o artigo publicado por Anna Gabriela Miranda de Oliveira, Marlene Catarina de Oliveira Lopes Melo e Cristiana Fernandes de Muylder (2016). Nele as autoras buscaram analisar e identificar as ações praticadas por quatro Instituições de Ensino Superior (IES) para o desenvolvimento da educação empreendedora, enfatizando o empreendedorismo e inovação empresarial e social. São elas a Universidade Federal de Lavras (UFLA), a Universidade Federal de Uberlândia (UFU), a Faculdade Novos Horizontes (FNH) e a Universidade Federal de Goiás (UFG).

Para isso, foram consultados os docentes envolvidos nos projetos de empreendedorismo das IES pesquisadas através de entrevistas e questionários dirigidos aos alunos concluintes do curso de Administração. A pesquisa utilizou abordagens qualitativa e quantitativa, por meio de estudo de caso e pesquisa descritiva, a fim de chegar aos resultados esperados.

As autoras dividiram a pesquisa em três partes específicas. A primeira se constituía de entrevistas não estruturadas com nove professores dos cursos de Administração das IES pesquisadas para observar sob a ótica das mesmas quais as ações que estão sendo tomadas para o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação empresarial e social.

A segunda parte foi baseada na aplicação do questionário aos concluintes dos cursos de Administração das IES pesquisadas no intuito de verificar as percepções que os mesmos possuem acerca de tais ações. Foi subdividido em dois blocos: identificar as ações desenvolvidas pelas IES no conhecimento do aluno e quais delas os mesmos participaram em algum momento da graduação e uma série de 25 assertivas onde os autores citam a utilização da Escala Likert para verificar as características do perfil empreendedor, as características de inovação e a percepção dos alunos sobre a importância dessas ações na formação profissional de cada um.

E por último foi solicitada a opinião dos alunos através de três perguntas subjetivas para que refletissem e informassem quais ações seriam realmente necessárias e relevantes para a promoção do empreendedorismo, da inovação empresarial e inovação social em suas respectivas IES.

Iniciando a análise dos resultados, as autoras perceberam que as ações desenvolvidas pelas IES, na percepção dos alunos, ainda são novas e pouco conhecidas ou até mesmo desconhecidas, o que poderia explicar o baixo envolvimento dos mesmos nestas ações.

Porém, ao prosseguir para a segunda parte do processo de análise, verificou-se uma reação positiva dos alunos em relação ao estímulo provocado pelas ações empreendedoras realizadas pelas IES.

Observou-se que as características mais estimuladas, na visão dos alunos, foram praticamente as mesmas em todas as instituições, fazendo com que os autores percebessem que estas seriam as características mais trabalhadas nos moldes de ensino, através das disciplinas, das grades curriculares e nas atividades extracurriculares e complementares. Por exemplo, um conteúdo que tenha foco no estímulo à busca de oportunidade de negócios ficou praticamente abaixo de todos os itens pesquisados.

Como conclusão, as autoras perceberam a preocupação e o empenho dos professores pesquisados em proporcionar aos discentes uma formação diferenciada que possibilite o desenvolvimento de capacidades, habilidades e competências de modo a prepará-los para o desempenho da profissão de Administrador. A preocupação ficou evidente em relação às disciplinas ministradas, aos projetos de extensão, projetos interdisciplinares, incubadoras de empresas tanto mercantis quanto as de economia solidária, empresas juniores, atividades de empresas simuladas e jogos de empresas.

Porém, de acordo com os resultados obtidos, observou-se que a educação empreendedora, e mesmo o empreendedorismo como área de conhecimento, ainda tem seu foco no modelo de empreendedorismo tradicional de negócios.

Apesar do discurso dos docentes entrevistados estar voltado para a construção de alunos com uma consciência social e fornecer a eles meios para refletir sobre suas ações e seus impactos sociais e ambientais, as práticas pedagógicas ainda são incipientes no esforço de inserir o empreendedorismo na atuação profissional do administrador. Válido ressaltar que, mesmo que lentamente, o conhecimento do empreendedorismo está sendo consolidado nas IES.

Segundo as autoras, pelo fato de educação empreendedora e empreendedorismo serem conceitos ainda em evolução, estes devem ser explorados com mais ênfase pelas Instituições de Ensino Superior devido às inúmeras possibilidades de desenvolvimento de novos projetos.

Quadro 01- Síntese dos artigos relacionados ao tema

TÍTULO	AUTOR(ES)	OBJETIVOS	CONCLUSÕES
Educação Empreendedora na proposta curricular: Despertando o interesse do aluno pela construção da sua aprendizagem	SILVA, SOUSA, EURICO e GUASTI JR. (2013)	Destacar que a Educação Empreendedora pode constituir um diferencial estratégico no processo de ensino-aprendizagem do aluno, na qualidade da educação, em melhor formação do cidadão.	Chegou-se à conclusão de que a educação e o empreendedorismo requerem desenvolvimento contínuo, pois estes fatores auxiliam no melhoramento do raciocínio e da criatividade, estimulando e possibilitando que o indivíduo busque e alcance sua autonomia no contexto em que está inserido. O ensino do empreendedorismo na assegurado na grade curricular constituirá um desafio para a escola pública brasileira e para os professores, pois exigirá que a instituição de ensino e os docentes concebam interação concreta entre o saber e o fazer.
Avaliação do ensino de Empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do Perfil Empreendedor	ROCHA e FREITAS (2014)	Analisar, por meio de técnicas multivariadas, um instrumento que tem como função mensurar a aprendizagem do ensino de Empreendedorismo, verificando a alteração do perfil empreendedor entre 407 estudantes universitários participantes e não participantes do processo de formação empreendedora.	Comprovaram que os estudantes que participaram de atividades educacionais de formação empreendedora (AEFE) tiveram alterações significativas em seu perfil empreendedor, ressaltando a importância do ensino do empreendedorismo nas IES.
Educação para o Empreendedorismo: Desenvolvimento de competências empreendedoras no Ensino Superior	NEVES e STEIL (2014)	Identificar elementos associados ao desenvolvimento de competências empreendedoras no transcorrer do curso de Administração do Instituto Federal do Norte de Minas Gerais (IFNMG) a partir da percepção dos alunos regularmente matriculados e em fase de conclusão, tendo como referência a proposta educacional da entidade.	Ficou evidenciado que os alunos concluintes veem de forma positiva a presença de disciplinas que abordam o tema de Empreendedorismo na grade curricular. De acordo com os estudantes, houve aquisição de novas competências ou desenvolvimento de comportamento já existentes através dos resultados alcançados com a proposta curricular.

(Continua)

Quadro 01: Continuação

TÍTULO	AUTOR (ES)	OBJETIVOS	CONCLUSÕES
A contribuição das Instituições de Ensino Superior para a Educação Empreendedora	RIBEIRO, OLIVEIRA e ARAÚJO (2014)	Analisar a contribuição das Instituições de Ensino Superior na formação de indivíduos empreendedores.	Concluiu-se que a produção de estudos sobre Educação Empreendedora ou do ensino do empreendedorismo ainda é bastante escassa. Apesar da atenção a respeito do tema estar crescendo, a produção de conhecimento e, consequentemente, a discussão sobre o assunto por parte das IES está aquém de atender as demandas da sociedade como um todo. Destacaram ainda que a lógica da falta de interdisciplinaridade, da divisão do conteúdo em pedaços de um todo, da sala de aula como único espaço de aprendizagem e da visão do egresso como empregado de empresa precisa ser invertida urgentemente.
Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em Empreendedorismo	LIMA, LOPES, NASSIF e SILVA (2015)	Identificar formas de melhoramento da educação superior em empreendedorismo para estudantes brasileiros interessados em abrir o próprio negócio.	Os autores concluíram que existe uma necessidade de conexão entre a abordagem prática e interação dos empreendedores ao mundo real. E maior participação dos centros de empreendedorismo junto às instituições de ensino superior no tocante à criação de ambientes propícios para a formação de mais empreendedores através de ações acadêmicas relacionadas ao tema.
Educação Empreendedora: O desenvolvimento do Empreendedorismo e inovação social em Instituições de Ensino Superior	OLIVEIRA, MELO e MUYLDER (2016)	Analisar e identificar as ações praticadas por quatro Instituições de Ensino Superior (IES) para o desenvolvimento da educação empreendedora, enfatizando o empreendedorismo e inovação empresarial e social.	Os resultados da pesquisa indicaram que as ações praticadas pelas IES ainda são pouco percebidas ou até mesmo desconhecidas pelos alunos. Ficou notório que há empenho e preocupação por parte dos professores em proporcionar o desenvolvimento de capacidades, habilidades e competências que preparam o aluno a ser um Administrador, porém o foco da educação empreendedora continua sendo o modelo de empreendedorismo tradicional de negócios.

Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

3 METODOLOGIA

Neste capítulo serão explicitados os métodos e as etapas que serão utilizados ao longo da pesquisa, para que se possam atingir os objetivos do estudo e dar solução à situação problemática proposta deste trabalho.

Ao se escolher a metodologia, segundo Ferrarezi Junior (2013), é preciso ter bem claro qual a que mais se enquadra em seus objetivos de pesquisa. Alguns pesquisadores consideram que, além de deixar claro que metodologia utilizarão, devem explicar por que descartaram outras existentes. E por vezes, duas ou mais formas de coleta de informações são adotadas; portanto, mais de uma metodologia pode ser empregada no trabalho.

Segundo Marconi e Lakatos (2011), o conceito de método é descrito como o conjunto de atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, este contendo validade e certeza do conhecimento, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do pesquisador.

3.1 Caracterização da pesquisa

Segundo Gil (2010), toda pesquisa tem seus objetivos, que naturalmente tendem a ser diferentes dos objetivos de qualquer outra. Para fazer essa diferenciação, as pesquisas são classificadas de acordo com seus propósitos ou objetivos mais gerais, podendo ser exploratórias, descritivas ou explicativas.

Pesquisas exploratórias têm a finalidade de proporcionar familiaridade com o problema, com a intenção de torná-lo mais explícito ou de construir hipóteses. Pesquisas descritivas objetivam a descrição das características de determinada população, junto com o relacionamento destas características com variáveis estabelecidas. Pesquisas explicativas buscam identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos.

Tomando como base os objetivos do estudo, esta pesquisa foi classificada como **exploratória**, pois ainda é insuficiente o número de pesquisas que tratam sobre o tema proposto, visando dar maior acessibilidade à informação para o meio acadêmico

e abrindo possibilidade para novos estudos a respeito, no sentido de que no futuro próximo a Universidade Federal de Sergipe tenha papel de destaque no cenário sergipano atuando como grande formadora de indivíduos empreendedores.

O presente estudo tem natureza de pesquisa **quantitativa**, pois busca-se perceber como a Educação Empreendedora influencia uma quantidade de alunos que já estão em fase de desenvolvimento e conclusão do curso de Administração, além de verificar, na percepção dos alunos, como a UFS contribui para a formação empreendedora dos discentes.

Esclarecem Gerhardt e Silveira (2009) que uma pesquisa quantitativa tem em seu resultado a constituição de um retrato da realidade do total da população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa está centrada na objetividade e considera que a realidade pode ser apenas compreendida através de análise de dados brutos, que sejam recolhidos com ajuda de instrumentos neutros e padronizados.

3.2 Questões da pesquisa

Para alcançar os objetivos específicos do estudo, foram desenvolvidas as seguintes questões de pesquisa:

- a) Qual o perfil dos discentes do curso de Administração com base em seu desenvolvimento educacional durante o período acadêmico na Universidade Federal de Sergipe?
- b) Qual o nível empreendedor presente nos alunos do curso de Administração adquirido ao longo do período acadêmico?
- c) Qual a formação empreendedora dos discentes do curso de Administração através da influência da Universidade Federal de Sergipe?

3.3 Definições das variáveis e indicadores

Baseando-se nas formulações das questões de pesquisa, chega-se à definição das seguintes variáveis e indicadores a serem aplicados:

Perfil dos alunos do curso de Administração: informações importantes para traçar o perfil dos indivíduos empreendedores atuantes no curso;

Nível empreendedor dos alunos do curso de Administração: informações relevantes acerca da mentalidade empreendedora que se apresenta nos alunos e que pode classifica-los como indivíduos empreendedores;

Influência da Universidade Federal de Sergipe na formação empreendedora dos alunos do curso de Administração: informações relevantes sobre as ações que a instituição promove para que os alunos sejam formados com viés empreendedor.

Quadro 02: Variáveis e indicadores da pesquisa

Variáveis	Indicadores	Questões
Perfil dos alunos do curso de Administração	<ul style="list-style-type: none"> • Idade • Turno do curso • Período acadêmico • Ocupação profissional • Motivação para ingressar na universidade. 	1, 2, 3, 4, 5 e 6
Nível empreendedor dos alunos do curso de Administração	<ul style="list-style-type: none"> • Mentalidade empreendedora • Interesse sobre conteúdo de empreendedorismo • Características empreendedoras presentes em seu perfil. 	7, 8, 9, 10, 11 e 12
Influência da Universidade Federal de Sergipe na formação empreendedora dos alunos do curso de Administração	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação de ensino sobre empreendedorismo • Ações de promoção da educação empreendedora por parte do corpo docente • Incentivo da instituição na formação de indivíduos empreendedores. 	13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 e 22

Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

3.4 Definição do universo e amostra

Segundo Marconi e Lakatos (2003), o conceito de universo pode ser compreendido como um conjunto de seres, animados ou inanimados, que apresentam ao menos uma característica comum a todos. Já amostra é conceituada como uma porção ou parcela convenientemente selecionada do universo, ou seja, é um subconjunto deste último.

Tomando por base este conceito, pode-se inferir que o universo está representado pelos alunos do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe (UFS) do *campus* São Cristóvão que cursaram a partir do 6º período acadêmico.

A partir disso houve então o retorno de 46 alunos respondentes ao questionário que se enquadraram nos pré-requisitos mencionados e que se propuseram a contribuir com a pesquisa, caracterizando assim uma amostra do tipo não probabilística.

A opção por alunos a partir do 6º período acadêmico se deu pela maior probabilidade de que nesta fase o discente já tenha vivenciado e aprendido o mínimo de conteúdo que trata sobre empreendedorismo no curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe.

3.5 Definição do método e instrumento de pesquisa

O método de pesquisa utilizado foi de **levantamento** através de questionário que relaciona essa análise às variáveis, com questões fechadas de múltipla escolha, direcionado para identificar a influência que a Educação Empreendedora alcança na formação acadêmica e na vida profissional futura desses indivíduos.

De acordo com Gil (2010), o método de pesquisa por levantamento se caracteriza por ser de interrogação direta das pessoas cujo comportamento se faz necessário conhecer. Para isso são solicitadas informações sobre um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, posteriormente, através de uma análise quantitativa, obter as conclusões que correspondem aos dados coletados.

O questionário está dividido em três partes, seguindo uma ordenação lógica, que buscam abordar o perfil dos alunos do curso de Administração, o nível empreendedor e as características empreendedoras dos mesmos; e a contribuição da Universidade Federal de Sergipe para a formação empreendedora dos discentes.

3.6 Tratamento dos dados

A aplicação do questionário foi compreendida entre os dias 31 de agosto de 2018 e 07 de setembro de 2018 e foi realizada através da plataforma de coleta de dados virtual Google Forms, amplamente divulgado para captação das respostas através de

correio eletrônico enviado pela secretaria do Departamento de Administração para todos os alunos do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe do *campus* São Cristóvão/SE.

Os dados que foram coletados através do questionário foram tabulados e traduzidos através de ferramentas gráficas do programa Excel 2016.

Algumas dificuldades para obtenção de dados se dão devido alguns alunos estarem com matrícula trancada, não estarem dispostos a responder ao questionário, seja por indisponibilidade de recursos ou por falta de interesse, ou ainda não apresentarem os pré-requisitos necessários à pesquisa.

Fica explícito que existe maior compreensão dos resultados obtidos por meio de gráficos, pois eles auxiliam neste sentido ao fornecer visualmente a quantificação dos dados. A partir do capítulo 4 será realizada a análise dos dados obtidos.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão expostos os resultados da pesquisa conforme as categorias e elementos de análise abordados nos procedimentos metodológicos deste trabalho. Os dados aqui apresentados foram coletados e analisados através de questionário estruturado e com questões fechadas de múltipla escolha, aplicados diretamente aos alunos do curso de Administração do campus São Cristóvão da Universidade Federal de Sergipe (UFS), estes cursando a partir do 6º período letivo, com a finalidade de “analisar o grau de influência da educação empreendedora na formação dos discentes”.

No intuito de clarificar a análise dos resultados, a apresentação dos mesmos foi dividida em quatro etapas: descrição da Instituição de Ensino Superior e do Curso de Administração por ela oferecido, perfil dos alunos do curso de Administração da UFS, nível empreendedor dos discentes e influência da instituição no sentido de contribuir para uma formação empreendedora.

4.1 Apresentação da Universidade Federal de Sergipe e do Curso de Administração

A Universidade Federal de Sergipe (UFS), instituição pública federal, foi fundada no dia 15 de maio de 1968, por decisão da então Secretaria de Educação do Estado que, em 1963, deu início ao processo de criação da universidade e somente concretizada no ano de 1967 pelo Decreto-Lei nº 269.

O pleito para a fundação de uma universidade em Sergipe foi possível graças a criação da Faculdade de Ciências Econômicas (1948), Escola de Química (1948), Faculdade de Direito (1950), Faculdade Católica de Filosofia (1950), Escola de Serviço Social (1954) e Faculdade de Ciências Médicas (1961), fazendo com que o número mínimo necessário de escolas superiores fosse atingido.

A partir de 1978 novas diretrizes do Ministério da Educação fizeram com que a UFS reformulasse o currículo dos 23 cursos existentes à época e os distribuisse em quatro unidade de ensino existentes até os dias atuais: Centro de Ciências Exatas e Tecnologia (CCET), Centro de Ciências Biológicas e da Saúde (CCBS), Centro de

Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) e Centro de Educação e Ciências Humanas (CCEH).

Atualmente a UFS possui uma estrutura dividida em seis *campi* de cursos presenciais, sendo eles: *campus* São Cristóvão – Cidade Universitária, *campus* Aracaju – Hospital Universitário, *campus* Itabaiana, *campus* Laranjeiras, *campus* Lagarto e *campus* do Sertão, este último localizado no município de Nossa Senhora da Glória, além do Colégio de Aplicação (CODAP) que oferece ensino fundamental e médio, localizado nas dependências do *campus* São Cristóvão. Conta ainda com 14 (catorze) polos de Educação a Distância, 112 (cento e doze) opções de cursos de graduação presenciais e 57 (cinquenta e sete) cursos *stricto sensu*, onde se agrupam os programas de pós-graduação.

O curso de Administração do *campus* São Cristóvão foi criado em 4 de dezembro de 1970 através da Resolução 22/70/CONEP, dentro da Faculdade das Ciências Econômicas e Administrativas. Funcionava inicialmente no Departamento de Administração e Contabilidade, mas foi desmembrado somente no ano de 1989, dando origem ao Departamento de Administração (DAD). Possui em seu quadro permanente de docentes um total de 21 (vinte e um) profissionais, entre mestres e doutores.

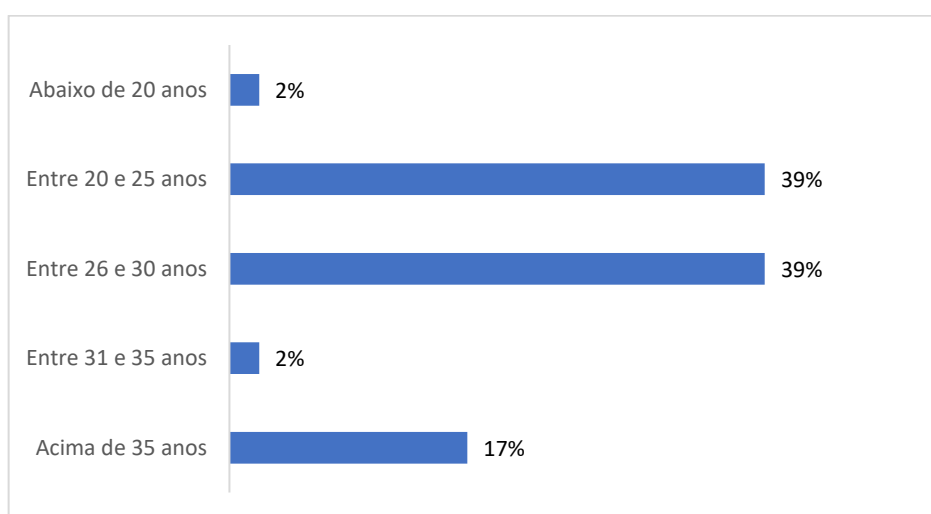
O objetivo do curso, conforme descrito no sítio do Departamento de Administração e de maneira geral, é de “formar profissionais com espírito empreendedor, ético, com capacidade de análise, raciocínio abstrato, habilidade numérica, liderança, sociabilidade, sensibilidade na relação com pessoas e grupo; e visão generalista, dinamismo, criatividade, autonomia e bom senso, visando ao crescimento da rentabilidade e/ou produtividade e ao controle dos resultados em todas as áreas da Administração”.

O ensino de Empreendedorismo está dividido na grade curricular entre 04 (quatro) disciplinas, cada uma com carga horária de 60 (sessenta) horas. São elas: Empreendedorismo e Gestão de Pequenos Negócios, Direção Estratégica de Empresas, Gestão da Tecnologia da Informação e Administração da Produção e Operações II.

4.2 Perfil dos alunos do curso de Administração da UFS

O Gráfico 01 ilustra a faixa etária dos alunos respondentes ao questionário. Pode-se verificar uma maior incidência entre alunos com idades que variam entre 20 a 25 anos e 26 a 30 anos, representando os percentuais de 39% para ambos, e um número considerável de alunos com mais de 35 anos, estes representando 17% do total. O percentual de discentes que afirmaram ter abaixo de 20 anos e de 31 a 35 anos ficou em 2% cada.

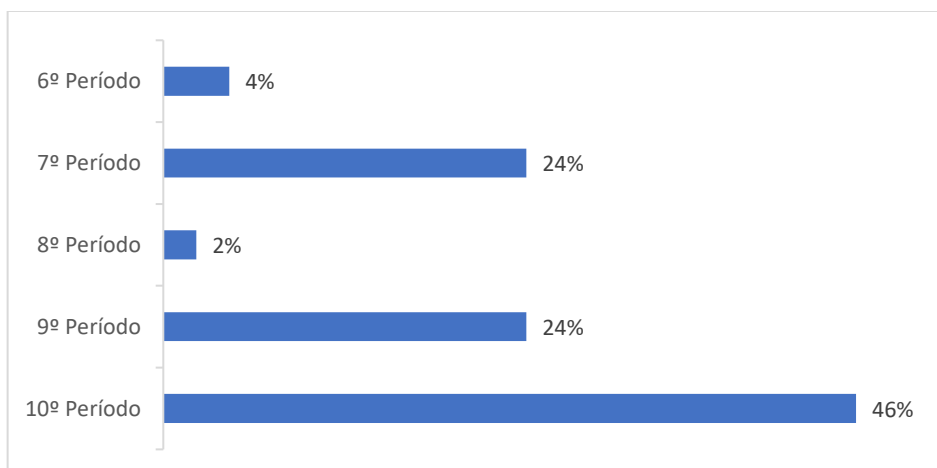
Gráfico 01: Idade dos alunos



Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

Passando para o Gráfico 02, verificar-se-á o período atual que os alunos estavam no momento da resposta ao questionário.

Gráfico 02: Período atual do curso



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

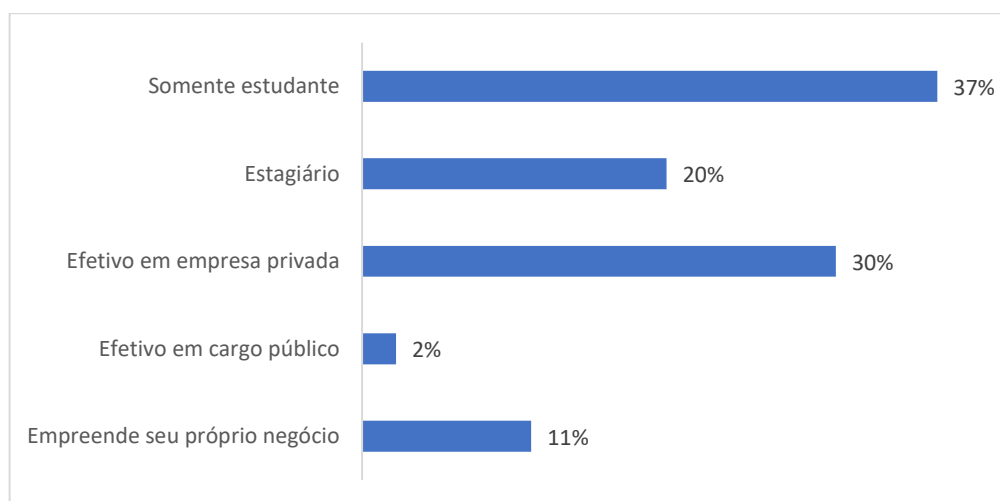
Fica explícito na ilustração que 46% dos alunos respondentes já estavam no 10º período acadêmico; 24% dos discentes questionados responderam estar no 9º período; 24% afirmaram estar no 7º período; 4% dos respondentes cursam o 6º período; e 2% estavam no 8º período.

Segundo dados coletados a partir do Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas - SIGAA (2018) da UFS, a estrutura curricular tanto para o turno matutino quanto para o noturno, a partir do período letivo 2015.1, passou a contemplar 10 (dez) níveis para ambos, ou seja, os alunos que cursam pela manhã e pela noite necessitam perfazer 10 períodos para a sua graduação.

Sendo assim, pode ser observado que dos alunos respondentes, a maioria já está em fase de conclusão de curso, corroborando que o conteúdo da grade curricular já está integralizado em sua carga horária e, por consequência, também as disciplinas que tratam diretamente sobre empreendedorismo.

O Gráfico 03 traz uma percepção da atividade profissional dos alunos.

Gráfico 03: Atividade profissional



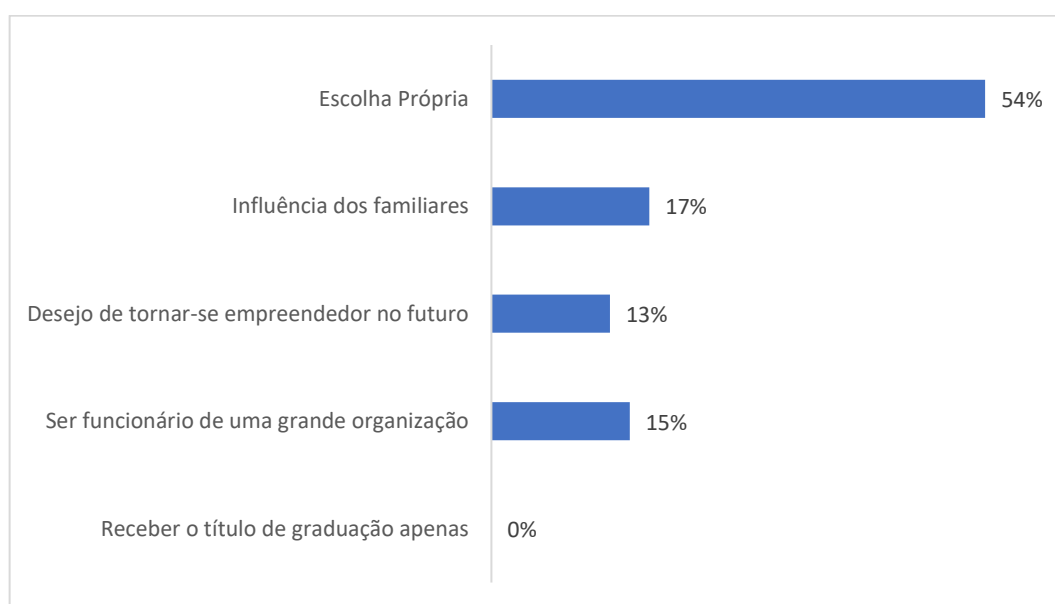
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Através dos dados aqui apresentados, nota-se que o percentual de alunos que já se encontram de alguma maneira inseridos no mercado de trabalho chega a 63%, distribuídos entre estagiários (20%), ocupação efetiva em empresa privada (30%), efetivo em cargo público (2%) e que empreendem seu próprio negócio (11%); 37% de alunos que responderam ao questionário afirmaram ser somente estudantes.

Relevante destacar que os percentuais de alunos somente estudantes e alunos que empreendem seu próprio negócio no sentido de que os primeiros ainda estão em vias de definição de seu futuro profissional, podendo receber mais influência da EE para este objetivo, e os últimos já possuem em sua vida cotidiana a vivência prática do empreendedorismo em sua carreira empreendedora.

A seguir vê-se o Gráfico 04, que mostra qual foi o principal fator motivacional para o ingresso dos alunos no curso de Administração da UFS.

Gráfico 04: Motivação para ingressar no curso de Administração da UFS



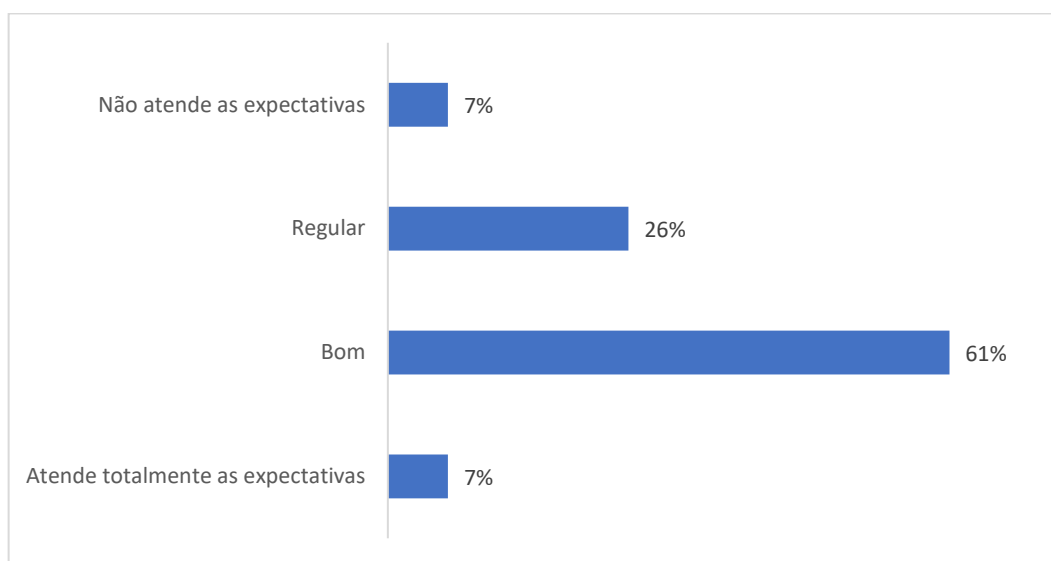
Fonte: elaborado pelo autor (2018).

Através dos dados obtidos, 54% dos alunos responderam que optaram pelo curso por escolha própria; 17% dos respondentes informaram que foram influenciados por familiares; 13% indicaram o desejo de tornar-se empreendedor no futuro; 15% dos alunos apontaram motivação de se tornarem profissionais de grandes organizações já estabelecidas; Nenhum aluno respondeu que ingressar no curso de Administração seria uma forma de receber o título de graduação apenas.

Os dados desta ilustração mostram que há um comprometimento dos alunos com o curso de Administração, salientando a vontade de tornarem-se futuros administradores a exercerem seu papel na sociedade e não como forma de apenas estar graduado pela Universidade Federal de Sergipe.

O Gráfico 05 ilustra na percepção dos alunos como se enquadra o curso de Administração oferecido pela UFS. Segundo os dados coletados, 7% dos alunos consideram que o curso de Administração oferecido não atende as expectativas de aprendizado, ou seja, se depararam com uma realidade totalmente diferente do que esperavam aprender. 26% avaliaram o curso como regular, 61% responderam que é bom e 7% responderam que atende totalmente as expectativas.

Gráfico 05: Avaliação do curso de Administração



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Em relação ao nível de expectativa em relação ao curso, a maioria dos alunos respondentes entende que o que é ensinado se enquadra no que esperavam receber de conhecimento.

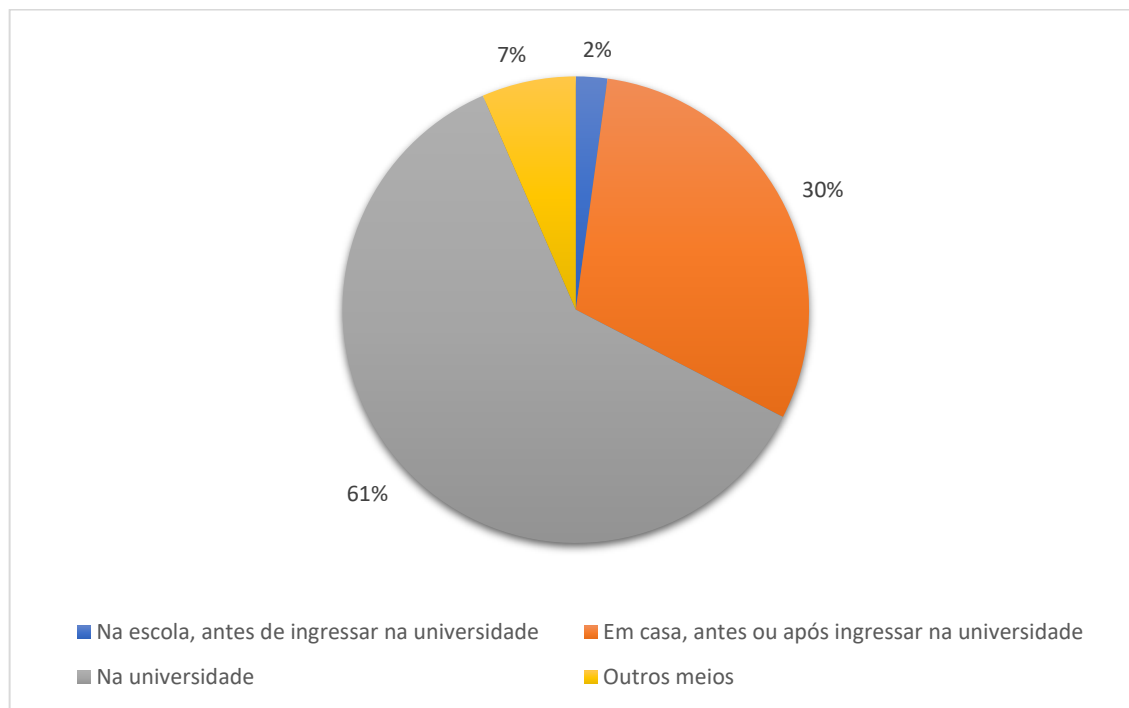
4.3 Nível Empreendedor dos alunos do Curso de Administração da UFS

Neste tópico busca-se identificar qual o nível empreendedor presente nos alunos do curso de Administração e suas principais características de comportamento empreendedor.

Nos dados obtidos, observou-se que 72% dos respondentes não se consideram uma pessoa empreendedora e 28% responderam se considerar um indivíduo que reúne qualidades empreendedoras.

O Gráfico 06 mostra em qual momento da vida os alunos experimentaram o primeiro contato com o conteúdo de Empreendedorismo.

Gráfico 06: Primeiro contato com conteúdo que tratasse sobre Empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Dos alunos 61% destacaram o papel fundamental da universidade no processo de fomentação do ensino do empreendedorismo; 30% informaram que tiveram contato com conteúdo de empreendedorismo em casa, antes ou após o ingresso na universidade; 2% responderam que tiveram acesso ainda na escola, antes de ingressar na universidade; e 7% colocaram outros meios de acesso.

Ao percorrer por quais outros meios de contato com conteúdo que tratasse sobre Empreendedorismo, os alunos que se enquadraram nesta categoria informaram que foi através da *internet*, de familiares empreendedores e do SEBRAE, este sendo conhecido como grande fomentador de práticas empreendedoras pelo país.

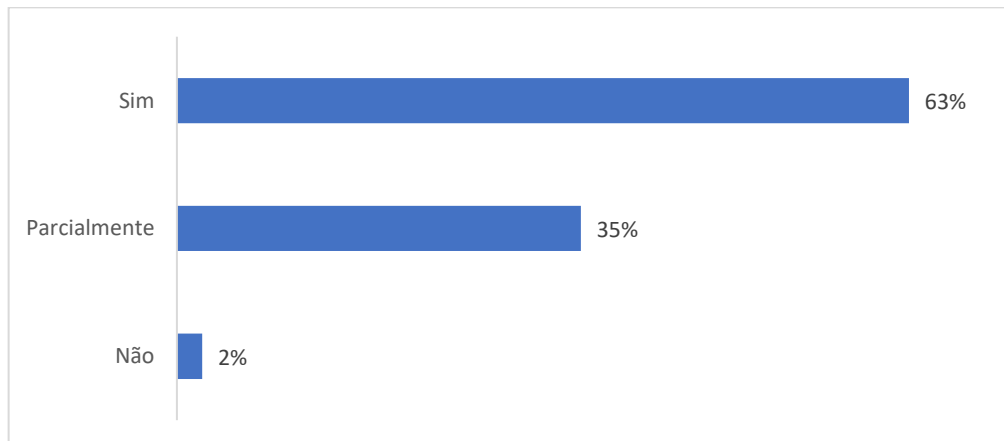
Quanto à questão envolvendo o nível de absorção do conhecimento sobre empreendedorismo, na visão dos alunos, houve o retorno que 46% dos respondentes alegaram ter absorvido o conteúdo a respeito de Empreendedorismo, sem lacunas a preencher; 50% dos alunos responderam que absorveram parcialmente; e 4% dos discentes não conseguiu absorver o conteúdo.

Fica aqui explícito o fato de realmente não ter ocorrido o aprendizado de todo o conceito de Empreendedorismo, havendo então consonância com o fato dos alunos não se considerarem indivíduos empreendedores em sua maioria.

Esta afirmação pode ser demonstrada pelo percentual de alunos que mostra a vontade que haja mais conteúdo que trate sobre Empreendedorismo na grade curricular do curso de Administração da UFS. 96% dos respondentes concordaram que existe a necessidade de acrescentar mais conteúdo que aborde o tema; 4% afirmam que o conteúdo atual já é suficiente para o aprendizado.

No Gráfico 07 fica refletido a vontade dos discentes em aplicar no futuro, em suas vidas cotidianas, o que aprendeu sobre Empreendedorismo. 63% dos alunos que afirmaram ter o desejo de aplicar o que aprendeu sobre Empreendedorismo em sua vida cotidiana; 35% optaram por aplicar parcialmente o que aprenderam; e 2% dos discentes não aplicariam os conceitos de Empreendedorismo.

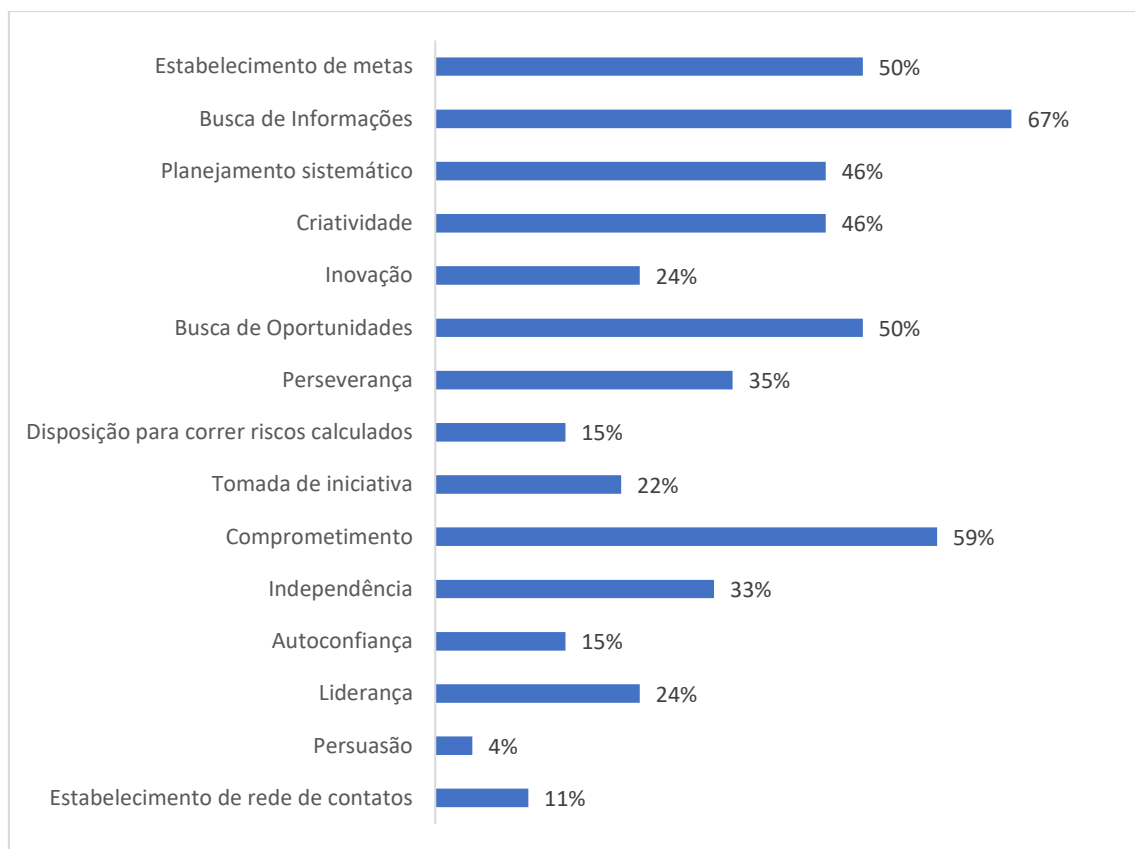
Gráfico 07: Aplicação no futuro do que aprendeu sobre Empreendedorismo em sua vida cotidiana



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Denota-se que não é levado em consideração o fato do quão empreendedor o aluno do curso de Administração é, mas sim a percepção da importância com que o Empreendedorismo pode ser utilizado após o período acadêmico.

O Gráfico 08 é de fundamental importância na definição das características comportamentais empreendedoras presentes nos alunos do curso de Administração e a construção que foi desenvolvida ao longo de sua vida acadêmica.

Gráfico 08: Características Comportamentais Empreendedoras

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Os maiores percentuais foram assinalados em Busca de informações (67%), Comprometimento (59%), Estabelecimento de metas (50%) e Busca de oportunidades (50%). Os menores percentuais foram Disposição para correr riscos calculados (15%), Autoconfiança (15%), Estabelecimento de rede de contatos (11%) e Persuasão (4%).

O estudo de Siqueira *et al.* (2014) forneceu um instrumento através do qual foi utilizado para mensuração das características comportamentais empreendedoras presentes nos alunos do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe de maneira genérica. A partir dos dados obtidos, pode-se confrontar com outras pesquisas relacionadas ao tema.

Tem-se o exemplo de Oliveira *et al.* (2016), que apresentaram informações relevantes de características comportamentais empreendedoras de alunos concluintes do curso de Administração provenientes de 04 (quatro) IES de Minas Gerais e Goiás. Pode-se observar alguns resultados dessa pesquisa através da Figura 04.

Figura 04 – Média e Desvio Padrão para afirmativas relacionadas às Características Comportamentais Empreendedoras

Afirmativa	UFLA	UFU	FNH	UFG
Estimulam a busca de oportunidades de negócios	3,11 (1,21)	2,84 (1,21)	3,61 (1,14)	3,21 (1,18)
Estimulam a execução de tarefas com qualidade e eficiência	4,20 (0,87)	3,53 (1,08)	4,00 (0,96)	3,48 (1,00)
Estimulam a capacidade para correr riscos calculados	3,77 (0,97)	2,97 (1,18)	3,54 (1,12)	3,28 (1,10)
Estimulam a persistência	3,91 (0,92)	3,25 (1,11)	3,52 (1,27)	3,21 (0,98)
Estimulam o comprometimento	4,34 (0,64)	3,66 (0,94)	4,02 (1,04)	3,80 (0,96)
Estimulam a busca de informações	4,37 (0,77)	3,97 (1,03)	4,12 (0,95)	4,00 (0,96)
Estimulam a estabelecer metas	4,17 (0,82)	3,58 (1,06)	3,81 (1,06)	3,68 (0,95)
Estimulam o planejamento e monitoramento sistemáticos	4,00 (0,94)	3,19 (1,01)	3,64 (1,16)	3,56 (0,96)
Estimulam o desenvolvimento da capacidade de persuasão e de formação de redes de contatos	4,14 (1,06)	3,25 (1,14)	3,93 (0,89)	3,36 (1,25)
Estimulam a independência e autoconfiança	3,83 (1,01)	3,03 (1,15)	3,81 (1,11)	3,44 (1,23)

Fonte: Dados da pesquisa de Oliveira, Melo e Muijder (2016).

Através da comparação dos dados obtidos no presente estudo ante à pesquisa das autoras, foi verificado que as características comportamentais empreendedoras presentes nos alunos do curso de Administração da UFS se assemelha às que foram observadas no trabalho de Oliveira *et al.* (2016).

Partindo deste pressuposto, é possível afirmar que as características apontadas com maior percentual são as mais trabalhadas nos moldes de ensino praticado pela UFS, através da grade curricular, das disciplinas e até mesmo das atividades complementares.

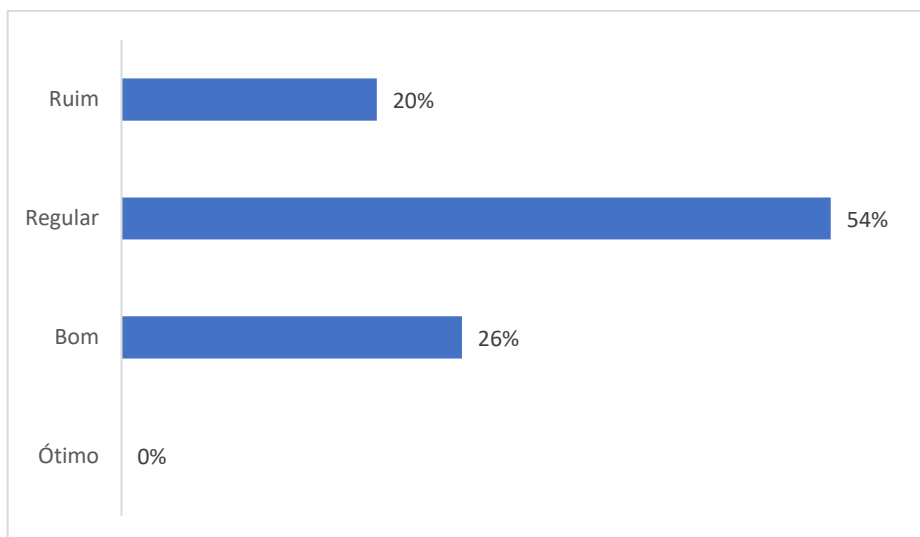
Compartilhando das considerações de Oliveira *et al.* (2016), trazendo para a realidade da UFS, pode-se perceber que apesar do corpo docente ser altamente capacitado e ter relevante contribuição a respeito de Empreendedorismo no cenário acadêmico brasileiro, os alunos do curso de Administração da instituição, que servem de modelo para esta área, estão sendo formados via de regra pelo modelo tradicional de Empreendedorismo voltado para negócios.

4.4 Influência da Universidade na formação empreendedora dos alunos do curso de Administração

Neste tópico será mostrado como a Universidade, através do seu método de ensino, atua para a formação de indivíduos empreendedores.

No Gráfico 09, que visa mostrar a avaliação do ensino de Empreendedorismo da UFS, observa-se a porcentagem de 20% para uma avaliação “Ruim”; 54% opinaram ser “Regular”; 26% avaliaram como “Bom”; e 0% para “Ótimo”.

Gráfico 09: Avaliação do ensino de Empreendedorismo da UFS



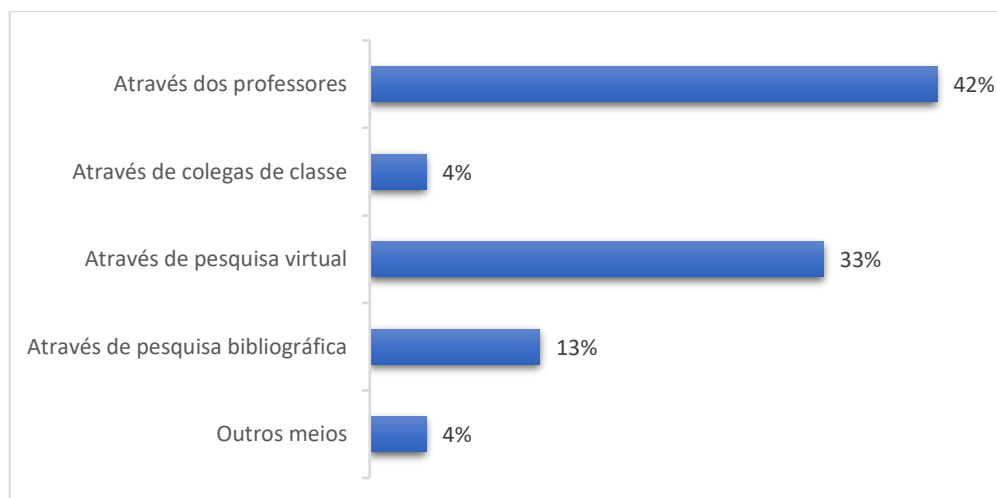
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Esta ilustração fornece um dado relevante quanto ao ensino de empreendedorismo na Universidade Federal de Sergipe, que pode estar diretamente ligado ao fato dos alunos não se considerarem indivíduos empreendedores, uma vez que pode ficar depreendido que não houve o devido aprendizado das disciplinas que possuem conteúdo de Empreendedorismo na grade curricular.

O contato dos alunos do curso de Administração da UFS em relação ao tema que trata de Educação Empreendedora teve o panorama de 52% dos respondentes afirmando que tiveram contato e outros 48% não tiveram conhecimento a respeito.

Mostra um certo equilíbrio e ressalta que a instituição está cada vez mais implantando a política de universidade empreendedora em seu escopo. Ainda é uma prática recente e que terá reflexos nos próximos anos.

O Gráfico 10 informa o meio de contato no qual os alunos respondentes tiveram referências a respeito do tema de Educação Empreendedora.

Gráfico 10: Meio de contato com o tema Educação Empreendedora

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Pode-se atestar que 42% dos alunos conheceram o tema da Educação Empreendedora através dos professores da universidade; 4% através de colegas de classe; 33% através de pesquisa virtual; 13% através de pesquisa bibliográfica; e 4% utilizaram outros meios de contato.

Vê-se com esta informação, através das considerações de Schaefer e Minello (2016), que os professores estão sendo considerados com maior relevância quanto ao meio de propagação da EE. Segundo os autores, o professor é o ator responsável por formar e construir nos alunos a mentalidade empreendedora.

Isso também pode ser refletido no interesse dos alunos em aprofundar seu conhecimento a respeito do que trata a Educação Empreendedora. 75% dos respondentes da pesquisa responderam estar interessados e 25% responderam negativamente.

Para que isto ocorra, se faz necessário concomitantemente o incentivo, durante o período acadêmico, para a formação de pessoas empreendedoras. Chegou-se aos dados que 57% dos alunos respondentes afirmaram que receberam incentivo durante o curso de Administração da UFS para se tornarem indivíduos empreendedores e 43% informaram que não houve tal estímulo.

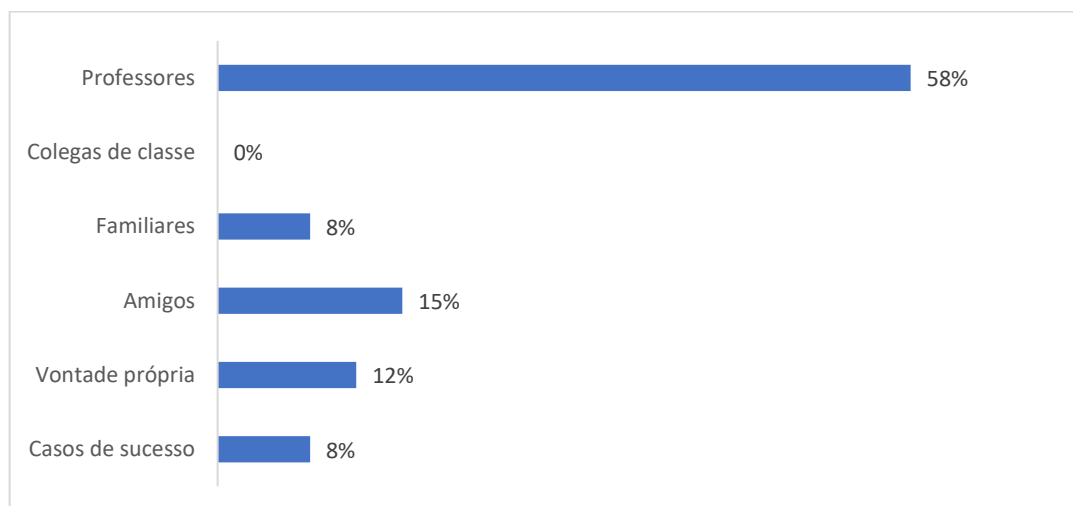
Filion (2000) explicitou este conceito ao afirmar que o importante não é somente aprender, mas também se atentar à forma como este conteúdo está sendo aprendido.

Daí provem analisar a forma como os alunos estão sendo incentivados a se tornarem indivíduos empreendedores ao se formarem na instituição, mais precisamente no curso de Administração da UFS.

Cabe destacar que deve haver uma diferenciação entre Educação Empreendedora e ensino de Empreendedorismo, uma vez que a primeira está basicamente ligada ao modelo de aprendizagem como um todo, onde envolve toda a comunidade participante desse sistema para uma finalidade de transformação social e a segunda proposta está mais restrita à disciplina propriamente dita, com transmissão de conhecimento por métodos definidos.

Observa-se em seguida o Gráfico 11 que trata do agente responsável pelo incentivo ao aluno a tornar-se uma pessoa empreendedora.

Gráfico 11: Responsável pelo incentivo a se tornar uma pessoa empreendedora



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

58% dos alunos afirmaram que receberam incentivo dos professores; 8% de familiares; 15% de amigos; 12% tem vontade própria de serem pessoas empreendedoras; 8% receberam incentivo através de casos de sucesso, e nenhum dos respondentes afirma ter recebido incentivo de colegas de classe.

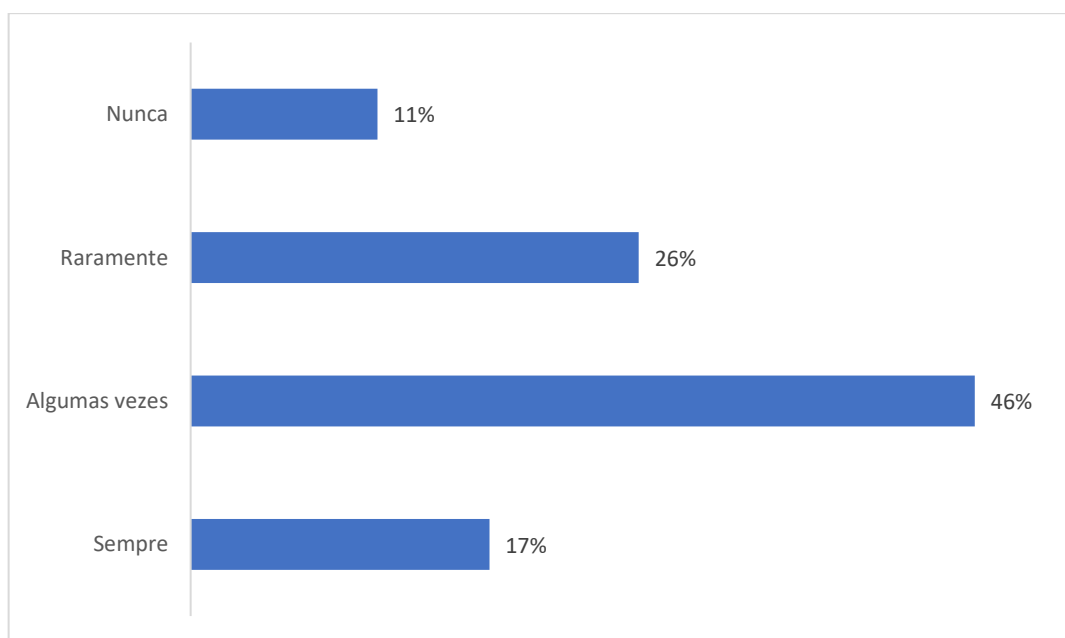
Mais uma vez os professores com papel de destaque em ações de promoção do Empreendedorismo. Trazendo como base o estudo de Oliveira *et al.* (2016), fica explanado que o corpo docente do curso de Administração da UFS tem elevada

capacidade técnica e preocupação com o desenvolvimento de práticas empreendedoras, disseminando este anseio entre os alunos do curso.

Porém, a esta interação ainda não está totalmente sincronizada. Quando perguntados sobre o auxílio que os professores dão às escolhas profissionais futuras, 28% dos discentes que afirmaram que buscaram esse auxílio, ao passo que 72% não tiveram interesse ou não necessitaram desta ajuda.

O Gráfico 12 remete-se ao que foi exposto no Gráfico 08 deste trabalho, porém, nesta etapa, serve para analisar se houve estímulo por parte da UFS para que desenvolvesse nos alunos as características comportamentais empreendedoras que os mesmos identificaram fazer parte do seu perfil empreendedor. Segundo os respondentes, 11% afirmaram que nunca receberam estímulo durante o período que cursaram na instituição; 26% assinalaram que raramente foram estimulados; 46% indicaram algumas vezes; e 17% informaram que sempre houve tal estímulo.

Gráfico 12: Estímulo durante o curso de Administração para a prática das características empreendedoras



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Pode-se depreender que o corpo docente foi o grande responsável por este estímulo. Porém, aliado a este fator, podem ser considerados também como fontes de incentivo aos alunos do curso de Administração da UFS a Empresa Júnior e o recém implantado

Núcleo de Empreendedorismo, sendo estes considerados como ambientes propícios para pesquisas e práticas empreendedoras que auxiliam na formação dos discentes.

Os alunos do curso de Administração, no entanto, ainda não utilizam estas importantes ferramentas de aprendizado empreendedor da maneira adequada. Quando perguntados se sentiam-se capazes de futuramente gerenciar seu próprio negócio com base no conhecimento adquirido durante o período acadêmico do curso, obteve-se que 46% dos alunos respondentes sinalizaram positivamente para esta proposta e 54% informaram não estarem capacitados para tal ação, caso houvesse oportunidade.

Existe então uma lacuna entre a transmissão do conhecimento emanada pelos professores e a receptividade de aprendizado por parte dos discentes do curso de Administração. Para Oliveira *et al.* (2016), a EE versa que é de suma importância que os indivíduos sejam formados não apenas para gerirem grandes corporações, mas que tenham também capacidade criativa e inovadora para gerenciar novos negócios. Objetivo este que não está sendo alcançado de maneira satisfatória no curso de Administração da UFS.

Tem-se nesta última etapa da análise um contraponto relevante sobre percepção dos discentes do curso de Administração acerca da possibilidade de transformação social no meio em que vivem através dos conhecimentos adquiridos durante o período acadêmico na UFS.

Dos alunos que responderam este questionamento, 87% afirmaram que na visão dos mesmos existe a possibilidade de transformação social do meio em que vivem através dos conhecimentos que adquiriram no curso de Administração; 13% informaram que não perceberam esta possibilidade.

Há então um efeito positivo nesta proposta, onde os alunos do curso de Administração da UFS podem utilizar ferramentas disponibilizadas pelo Núcleo de Empreendedorismo e pela Empresa Júnior para que tenham mais conhecimento sobre como suas ações podem servir de objeto de transformação social do meio em que vivem. Porém depende do interesse de cada aluno que isto seja realizado.

O Núcleo de Empreendedorismo está se tornando um importante meio de promoção da mentalidade empreendedora da Universidade Federal de Sergipe, tornando-se pioneira no Estado. Conta com uma diversidade de programas de incentivo e pesquisa para práticas empreendedoras, através de *workshop*, palestras e estágio que auxiliam os discentes a se tornarem agentes socializantes.

Conforme Degen (2010), as IES necessitam participar ativamente deste processo de integração entre os empreendedores, as oportunidades do ambiente e os recursos que são captados para iniciação de projetos. Mas para isso necessitam primeiramente de capital humano capacitado para enfrentar as adversidades que o ambiente proporciona.

5 CONCLUSÕES

Esta pesquisa buscou analisar a influência que a Educação Empreendedora exerce na formação dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe, sob a percepção dos mesmos.

Os resultados da pesquisa identificaram que os discentes reconhecem que o curso de Administração oferecido pela instituição é satisfatório em relação às suas expectativas. Estes que ingressam na Universidade Federal de Sergipe para realizarem o curso o fazem em sua ampla maioria por vontade própria, sobressaindo sobre aqueles que tem vontade de empreender seu próprio negócio ou de serem funcionários de grandes organizações como objetivos ao final da carreira acadêmica.

É notório que existe o comprometimento de todos eles em relação à área de estudo. Porém destaca-se que a maior parte dos alunos não se consideram pessoas empreendedoras, o que leva a enfatizar ou que não houve ou que foi aplicado de maneira incorreta o estímulo ao desenvolvimento desta mentalidade durante o período acadêmico. Caracteriza também que há uma menor propensão à praticas empreendedoras no futuro.

Apesar disso, os mesmos percebem, de forma majoritária, que existe necessidade de haver mais conteúdo que aborde conhecimentos sobre empreendedorismo na grade curricular do curso de Administração, visando a contribuir em sua formação acadêmica. Este fator não corrobora o fato de que o aprendizado tenha sido totalmente absorvido pelos alunos, visto que os discentes não se sentem preparados para se tornarem empreendedores.

Enfatizando também que foi perceptível que os alunos consideram aplicar os conceitos do que foi aprendido sobre empreendedorismo em sua vida cotidiana, mesmo que de forma parcial. Contudo o que será aplicado está contextualizado de forma abstrata, apenas com a percepção do que foi aprendido durante o curso de Administração, desconsiderando a real capacidade empreendedora que os alunos adquiriram no período acadêmico. Necessário haver uma investigação mais precisa a respeito do nível empreendedor dos discentes do curso de Administração para detalhar qual seriam estas ações.

Interessante destacar que entre os discentes pesquisados existem aqueles que já empreendem seu próprio negócio, atestando que estes têm uma visão mais adequada de como ser um empreendedor de negócios; vivência prática. O dá maior margem para uma nova pesquisa para retratar a realidade da qual tratou o parágrafo anterior.

As características empreendedoras presentes nos alunos reforçam a semelhança que existem nos resultados alcançados na pesquisa de Oliveira *et al.* (2016), asseverando que os estudantes estariam sendo sistematicamente desenvolvidos pelo viés do Empreendedorismo voltado para o modelo tradicional de negócios, onde indicadores latentes de indivíduos empreendedores como, por exemplo, disposição para correr riscos calculados e tomada de iniciativa foram pouco explorados durante sua vida acadêmica.

Importante enfatizar que a UFS conta com uma Empresa Júnior e com um Núcleo de Empreendedorismo, que podem subsidiar o desenvolvimento das características comportamentais dos alunos no sentido de ampliar a mentalidade empreendedora existente nos mesmos. Contudo nota-se que estes recursos são pouco explorados pelos discentes do curso de Administração.

Cabe destacar que a pesquisa comprova que os professores do curso de Administração da UFS têm papel fundamental para a disseminação da mentalidade empreendedora entre os alunos, pois possuem elevado nível de conhecimento e tem profundo interesse em que haja a transformação da instituição em uma Universidade Empreendedora. Corroborando Guerra e Grazziotin (2010), que defendem que a sala de aula deve se tornar cada vez mais um laboratório do conhecimento.

Além disso, os docentes estimulam o desenvolvimento das características empreendedoras e incentivam os alunos a se tornarem indivíduos empreendedores, segundo a visão destes. Desta forma, o número de administradores que venham a se sentir capazes de empreender em qualquer área pode se tornar cada vez maior.

Porém os dados apontam para uma lacuna entre a transmissão do conhecimento por parte dos professores e o aprendizado por parte dos alunos quando se trata da forma como os conceitos de Empreendedorismo estão sendo absorvidos na UFS. Esse vácuo educacional necessita de maior investigação, pois pode ser retratado como

uma falta de melhoria da metodologia de ensino dos docentes ou como déficit de interesse dos alunos em relação às disciplinas.

No que traz alusão ao conceito do indivíduo empreendedor como agente socializante, conforme remete Degen (2010), existe nos alunos esta percepção de transformação social do meio em que vivem através dos conhecimentos que adquiriram no curso de Administração. Mas surge a dúvida de como seria esta aplicação, pois o aprendizado do empreendedorismo não foi totalmente desenvolvido nos alunos do curso de Administração.

A percepção da EE e dos conceitos de empreendedorismo se dá de forma inconsciente entre os discentes, visto que não existe mentalidade empreendedora suficientemente satisfatória para alteração desta formação.

Como conclusão, pode-se afirmar que os conceitos teóricos estão bem absorvidos, enquanto que a capacidade prática ainda é pouco explorada pelos alunos. Em suma, o curso de Administração não está formando empreendedores sociais, está criando empreendedores de negócios. Porém este quadro está sendo transformado gradativamente. O Núcleo de Empreendedorismo presente na Universidade Federal de Sergipe se torna fundamental para esta transição, pois oferece a oportunidade dos alunos da instituição se imbuírem de conhecimento e práticas empreendedoras.

Se faz perceptível que os estudantes, tanto do curso de Administração quanto dos demais cursos, devam se conscientizar que eles são os principais beneficiados com os adventos da Educação Empreendedora na UFS, ao passo que os mesmos necessitam de estímulo para que haja interesse nesta inclusão.

5.1 Considerações Finais

Com os resultados da pesquisa observa-se que o ensino do Empreendedorismo necessita ser incrementado no curso de Administração da UFS. É de fundamental importância que disciplinas que tratem de empreendedorismo sejam incorporadas à grade curricular para auxiliarem o surgimento, crescimento e formação de indivíduos empreendedores.

Os estudantes podem potencializar sua formação empreendedora e sua vontade de empreender por influência da universidade, pois ainda estão em processo de formação profissional. Para isso se faz necessário que a interação entre os docentes e os alunos seja mais dinâmica e atuante. Reiterando a importância de que os discentes devem ser preparados para assimilarem os conteúdos em consonância com a realidade externa à IES.

A Educação Empreendedora ainda não é uma prática com grande abrangência na Universidade Federal de Sergipe. Importante enfatizar que esta prática não deve ser exclusividade dos cursos de Administração e sim envolver todos os cursos oferecidos pela universidade. Necessário haver integração da comunidade acadêmica para a transformação da UFS, para que se migre do modelo tradicional de ensino que vigora atualmente para a implementação de uma universidade empreendedora.

Ainda é preciso fazer muito para que a Educação Empreendedora seja implantada e enraizada na cultura organizacional da Universidade Federal de Sergipe. Mas as primeiras ações já estão sendo trabalhadas e cada vez mais discutidas no meio acadêmico.

Levando em consideração que atualmente o tema Empreendedorismo possui constante crescente na quantidade de pesquisas, artigos publicados e estudos realizados, seria relevante que houvesse a promoção deste mesmo estudo em uma época futura com o objetivo de que houvesse a retratação de qual foi a evolução dos resultados relacionados ao tema.

Esta pesquisa se torna importante por mostrar a formação de indivíduos empreendedores do curso de Administração da UFS e como estes percebem qual será a sua visão de futuro após o período acadêmico, portanto, sugere-se que outros pesquisadores comparem a Educação Empreendedora com outras IES, tanto na América Latina quanto no exterior.

REFERÊNCIAS

BOEIRA, Bruno Fernandes; NORO, Greice de Bem. **A educação empreendedora e o sucesso empreendedor**. In: CIDA – Congresso Internacional de Administração. Gestão estratégica: inovação colaborativa e competitividade. Rio Grande do Sul, 2011.

BONACIM, C. A. G.; CUNHA, J. A. C.; CORRÊA, H. L. Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem. **Gestão & Regionalidade**, v. 25, n. 74, art. 78, p. 61-78, 2009.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Trad. Magda Lopes, 3. ed., Porto Alegre: Artmed, 2010.

DEGEN, Ronald Jean. Curso de empreendedorismo para promover o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. In: LOPES, R. M. A. (Orga.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. cap. 10. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 6. ed., São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

_____, Fernando. **Pedagogia empreendedora: O ensino do empreendedorismo na educação básica voltado para o desenvolvimento social sustentável**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DORNELAS, José Carlos A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 1 ed., Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____, José Carlos A.; TIMMONS, Jeffry A.; SPINELLI, Stephen. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21**. Adaptação da 8 ed., São Paulo: Elsevier, 2010.

FERRAREZI JUNIOR, Celso. **Guia do trabalho científico: Do projeto à redação final: monografia, dissertação e tese**. 1. ed., 2ª reimpressão, São Paulo: Contexto, 2013.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE – Revista de Administração de Empresas**. V. 7, n. 3, p. 2-7, jul/set, 2000.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. 1. ed., Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 5.ed., São Paulo: Atlas, 2010.

GÓES, A. O. S.; BRUGNI, T. V.; BEIRUTH, A. X.; GUIMARÃES, C. R. F. F. Práticas empresariais globais e locais do outro lado do Atlântico - Brasil: uma análise das

entidades de fomento ao empreendedorismo. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 7, n. 3, p. 49-63, 2013.

GUERRA, Maria José; GRAZZIOTIN, Zila Joselita. Educação empreendedora nas universidades brasileiras. In: LOPES, R.M. A. (Orga.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. cap. 4. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

GUIMARÃES, Jairo de Carvalho; LIMA, Marcos Antônio Martins. Empreendedorismo educacional: Reflexões para um ensino docente diferenciado. **RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 2, p. 34-49, 2016

GUIMARÃES, Sonia M. K.; AZAMBUJA, Lucas Rodrigues; Empreendedorismo high-tech no Brasil: Condicionantes econômicos, políticos e culturais. **Revista Sociedade e Estado**, v. 25, n. 1, p. 93-121, 2010

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LAVIERI, Carlos. Educação...empreendedora? In: LOPES, R. M. A. (Orga.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. cap. 1. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

LEITE, Bruno Augusto de Melo P.; ABRANCHES, Ronaldo Sales; DIAS, Sara Freire. Formação empreendedora no curso de graduação em administração. **SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. Resende – RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2009.

LIMA, Jacob Carlos. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho? **Revista Sociologias – Departamento de Sociologia – Universidade Federal de São Carlos**. Porto Alegre, ano 12, n. 25, p. 158-198, set/dez. 2010

LIMA, Edmilson; LOPES, Rose Mary A.; NASSIF, Vânia Maria J.; SILVA, Dirceu. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**. Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, p. 419-439, 2015

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. William; PALICH, Leslie E. **Administração de pequenas empresas**, trad. 13. ed., São Paulo: Thomson Learning, 2007.

LOPES, Rose Mary Almeida. Referenciais para a Educação empreendedora. In: LOPES, R. M. A. (Orga.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. cap. 2. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

_____, Rose Mary Almeida; TEIXEIRA, Maria América de Almeida. Educação empreendedora no ensino fundamental. In: LOPES, R. M. A. (Orga.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. cap. 3. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

LOPEZ JR., Gumersindo Sueiro; SOUZA, Eda Castro Lucas de. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. Revista Eletrônica de Administração – REAd, Porto Alegre, v. 11, n. 6, nov/dez, 2005.

MALHEIROS, Rita de Cássia C.; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J.C. de Almeida. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**, 2 ed., Florianópolis: IEA - Instituto de Estudos Avançados, 2005.

MANAGEMENT SYSTEMS INTERNATIONAL. Treinamento empresarial e fortalecimento do desempenho empresarial. Relatório Final de Pesquisa. Boston: MSI, n. 1, out., 1999.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed.. São Paulo: Atlas, 2003

_____, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7 ed. 4ª reimpressão. São Paulo: Atlas, 2011.

MUYLDER, Cristiana Fernandes de; FALCE, Jefferson Lopes La; PIRES, Adriene Madureira. Influência do perfil empreendedor na gestão de uma instituição de ensino. **AOS – Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 2, n. 2, p. 7-18, ago/dez, 2013.

NEVES, Edson Oliveira; STEIL, Andrea Valéria. **Educação para o empreendedorismo: desenvolvimento de competências empreendedoras no ensino superior**. In: CIGU, 2014, Florianópolis. In.:XIV Colóquio Internacional de Gestão Universitária, 2014.

OLIVEIRA, Anna Gabriela M.; MELO, Marlene Catarina de O. L.; MUYLDER, Cristiana Fernandes. Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. **RAD – Revista Administração em Diálogo**, v.18, n.1, p.29-56, 2016.

PEREIRA, G. D. F.; CORDEIRO, A. T.; SILVA, M. A. P.; BATISTA, M. M. Empreendedorismo regional: um olhar sobre a identidade cultural em narrativas locais. **Revista de Negócios**, v. 18, n. 2, p. 3-26, 2013.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P.. **O estudo de caso como ferramenta para o ensino de empreendedorismo**. In: IV EGEPE, 2005, Curitiba. In.: IV Egepe – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2005.

REVISTA FAAP – FUNDAÇÃO ARMANDO ALVARES PENTEADO; **Empreendedorismo: a revolução do novo Brasil**. Disponível em: <http://www.faap.br/revista_faap/rel_internacionais/empreendedorismo.htm>. Recuperado em: 08 de junho de 2017.

RIBEIRO, Ricardo de Lima; OLIVEIRA, Edson Aparecida de A. Q.; ARAÚJO, Elvira Aparecida Simões de. A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora. **G&DR – Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 10, n. 3, p. 295-313, set, 2014.

ROCHA, Estevão Lima de C.; FREITAS, Ana Augusta F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 465-486, 2014.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Ítalo. F. Educação Empreendedora: Premissas, objetivos e metodologias. **RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016.

SHUMPETER, Joseph A. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Nova Iorque: Harper, 1975.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Disciplina de Empreendedorismo: Manual do aluno**, Brasília, 2013.

SILVA, Isaac Pinto da; SOUSA, Francisco Marcos; EURICO, Tomás Savie; GUASTI JR., Wilson. Educação empreendedora na proposta curricular: despertando o interesse do aluno pela construção da sua aprendizagem. **Revista Eletrônica Conhecimento em Destaque**, Serra, ES, v. 02, n. 2, jul/dez, 2013.

SIQUEIRA, Wender Rodrigues; PEGHINI, Patrícia; FILHO, João Bento Oliveira; SOUZA, Lionardo Dias. Atitude empreendedora de proprietários visionários e funcionários visionistas. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 137-150, jul./set., 2014.

SOUZA, Eda Castro Lucas de. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, p. 3-20, 2006.

_____, Eda Castro Lucas de; LOPEZ JR, Gumersindo Sueiro; BORNIA, Antônio Cezar; ALVES, Luciano Ricardo Rath. Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da Teoria de Resposta ao Item. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 5, p. 230-251, 2013.

TAVARES, Carlos Eduardo M.; MOURA, Gilnei Luiz de; ALVES, Juliano Nunes. **Educação empreendedora e a geração de novos negócios**, Observatório de la Economía Latinoamericana, n. 188, 2013. Texto completo em <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/13/empreendedorismo.html>

UFS, Universidade Federal de Sergipe. **Portal UFS – História**. 2018. Disponível em: <http://divulgacoes.ufs.br/pagina/2518>. Acesso em: 05 de setembro de 2018.

_____, Universidade Federal de Sergipe. **Administração/DAD – São Cristóvão**. 2018. Disponível em: https://www.sigaa.ufs.br/sigaa/public/departamento/portal.jsf?lc=pt_BR&id=97. Acesso em: 05 de setembro de 2018.

_____, Universidade Federal de Sergipe. **SIGAA – Sistema Integrado de Gestão e Atividades Acadêmicas**. 2018. Disponível em: <https://www.sigaa.ufs.br/sigaa//graduacao/curriculo/lista.jsf>. Acesso em: 21 de setembro de 2018.

VALE, Gláucia Maria V.; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **RAC – Revista de Administração Contemporânea**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VICENZI, Siomara Elias; BULGACOV, Sérgio. Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 208-221, abr. 2013.

VIEIRA, Saulo F. A.; MELATTI, Gerson A.; OGUIDO, Wagner S.; PELISSON, Cleufe; NEGREIROS, Leticia F. de. Ensino de empreendedorismo em cursos de administração: um levantamento da realidade brasileira. **Revista de Administração FACES Journal Belo Horizonte**, v. 12, n. 2, p. 93-114, 2013.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO

Influência da Educação Empreendedora na formação dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe

Car@ alun@, convido-lhe a participar de uma pesquisa que tem por objetivo verificar a influência da Educação Empreendedora na formação dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal de Sergipe.

Informamos que não há respostas corretas ou incorretas. Temos sim o interesse em suas opiniões pessoais, especificamente.

As informações aqui depositadas terão absoluto sigilo, sem qualquer identificação dos participantes e com finalidade estritamente acadêmica, que serão utilizadas na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso de Tiago Santos Souza, graduando em Administração, sob a orientação da Profª. Drª. Débora Eleonora Pereira da Silva e coorientação do Prof. Dr. Augusto César Vieira Santos, respectivos membros do corpo docente da Universidade Federal de Sergipe (UFS).

Caso haja alguma dúvida, favor entrar em contato pelo endereço eletrônico:

tiago-ss@hotmail.com

O tempo médio para responder as questões é de apenas 10 minutos.

Caso concorde e deseje contribuir com a pesquisa, marque a opção "Concordo em Participar".

Termo de Consentimento:

() Concordo em participar

() Não concordo em participar

QUESTIONÁRIO

PARTE 1 – DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

1 – QUAL A SUA IDADE?

() ABAIXO DE 20 ANOS

() ENTRE 20 E 25 ANOS

() ENTRE 26 E 30 ANOS

() ENTRE 31 E 35 ANOS

() ACIMA DE 35 ANOS

2 – EM QUAL TURNO REALIZA O CURSO?

() MANHÃ

() NOITE

3 – QUAL O PERÍODO ATUAL QUE CURSA NA UNIVERSIDADE?

() 6º PERÍODO

() 7º PERÍODO

() 8º PERÍODO

() 9º PERÍODO

() 10º PERÍODO

4 – QUAL A SUA ATUAL SITUAÇÃO PROFISSIONAL?

() SOMENTE ESTUDANTE

() ESTAGIÁRIO

- ☐ EFETIVO EM EMPRESA PRIVADA
- ☐ EFETIVO EM CARGO PÚBLICO
- ☐ EMPREENDE SEU PRÓPRIO NEGÓCIO

5 – O INGRESSO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NA UFS SE DEU POR QUAL MOTIVO?

- ☐ ESCOLHA PRÓPRIA
- ☐ INFLUÊNCIA DOS FAMILIARES
- ☐ DESEJO DE TORNAR-SE EMPREENDEDOR NO FUTURO
- ☐ SER FUNCIONÁRIO DE UMA GRANDE ORGANIZAÇÃO
- ☐ RECEBER O TÍTULO DE GRADUAÇÃO APENAS

6 – PARA VOCÊ, O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFS SE ENQUADRA EM QUAL ASPECTO?

- ☐ NÃO ATENDE ÀS EXPECTATIVAS
- ☐ REGULAR
- ☐ BOM
- ☐ ATENDE TOTALMENTE ÀS EXPECTATIVAS

PARTE 2 – VERIFICAÇÃO DO NÍVEL EMPREENDEDOR DOS ALUNOS

7 – VOCÊ SE DEFINE UMA PESSOA EMPREENDEDORA?

- ☐ SIM ☐ NÃO

8 – EM QUAL MOMENTO DA VIDA TEVE ACESSO A CONTEÚDO QUE TRATASSE SOBRE EMPREENDEDORISMO?

☐ () NA ESCOLA, ANTES DE INGRESSAR NA UNIVERSIDADE.

☐ () EM CASA, ANTES OU APÓS INGRESSAR NA UNIVERSIDADE.

☐ () NA UNIVERSIDADE

☐ () OUTRO MEIO. QUAL? _____

9 – CONSEGUIU ABSORVER O CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO DURANTE O TEMPO DE CURSO NA UFS?

☐ () SIM

☐ () PARCIALMENTE

☐ () NÃO

10 – ACHA NECESSÁRIO QUE HAJA MAIS CONTEÚDO SOBRE EMPREENDEDORISMO NA GRADE CURRICULAR DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFS?

☐ () SIM ☐ () NÃO

11 – APLICARIA NO FUTURO O QUE APRENDEU SOBRE EMPREENDEDORISMO EM SUA VIDA COTIDIANA?

☐ () SIM

☐ () PARCIALMENTE

☐ () NÃO

12 – QUAL DESTAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS SE ENQUADRAM NO SEU PERFIL? (ESCOLHA ATÉ 5 OPÇÕES)

☐ () ESTABELECIMENTO DE METAS

- () BUSCA DE INFORMAÇÕES
- () PLANEJAMENTO SISTEMÁTICO
- () CRIATIVIDADE
- () INOVAÇÃO
- () BUSCA DE OPORTUNIDADES
- () PERSEVERANÇA
- () DISPOSIÇÃO PARA CORRER RISCOS CALCULADOS
- () TOMADA DE INICIATIVA
- () COMPROMETIMENTO
- () INDEPENDÊNCIA
- () AUTOCONFIANÇA
- () LIDERANÇA
- () PERSUASÃO
- () ESTABELECIMENTO DE REDE DE CONTATOS

PARTE 3 – INVESTIGAÇÃO DA INFLUÊNCIA DA UFS NA FORMAÇÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS

13 – COMO VOCÊ AVALIA O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFS?

- () RUIM
- () REGULAR
- () BOM
- () ÓTIMO

14 – JÁ OUVIU FALAR SOBRE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA?

() SIM (FAVOR RESPONDER ÀS QUESTÕES 15 E 16)

() NÃO (FAVOR CONTINUAR NA QUESTÃO 17)

15 – SE JÁ OUVIU FALAR SOBRE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA, COMO OCORREU?

() ATRAVÉS DOS PROFESSORES

() ATRAVÉS DE COLEGAS DE CLASSE

() ATRAVÉS DE PESQUISA VIRTUAL

() ATRAVÉS DE PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

() OUTROS MEIOS

16 – HOUVE INTERESSE EM APROFUNDAR SEU CONHECIMENTO A RESPEITO DO TEMA?

() SIM () NÃO

17 – EM ALGUM MOMENTO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO VOCÊ FOI INCENTIVADO(A) A SER UMA PESSOA EMPREENDEDORA?

() SIM (FAVOR RESPONDER À QUESTÃO 18)

() NÃO (FAVOR CONTINUAR NA QUESTÃO 19)

18 – QUEM FOI O RESPONSÁVEL PELO INCENTIVO A VOCÊ SE TORNAR UMA PESSOA EMPREENDEDORA?

() PROFESSORES

() COLEGAS DE CLASSE

() FAMILIARES

() AMIGOS

☐ VONTADE PRÓPRIA

☐ CASOS DE SUCESSO

19 – PROCUROU AJUDA DOS PROFESSORES DO CURSO PARA NORTEAR SUAS ESCOLHAS PROFISSIONAIS FUTURAS?

☐ SIM ☐ NÃO

20 – FOI ESTIMULADO(A) DURANTE O CURSO A PRATICAR ALGUMA DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS CITADAS ANTERIORMENTE EM SUA VIDA COTIDIANA?

☐ NUNCA

☐ RARAMENTE

☐ ALGUMAS VEZES

☐ SEMPRE

21 – DIANTE DA HIPÓTESE DE FUTURAMENTE GERENCIAR SEU PRÓPRIO NEGÓCIO, SENTE-SE CAPAZ DE FAZÊ-LO COM O NÍVEL DE CONHECIMENTO ADQUIRIDO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFS?

☐ SIM ☐ NÃO

22 – CONSEGUE PERCEBER QUE ATRAVÉS DOS CONHECIMENTOS ADQUIRIDOS NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO EXISTE A POSSIBILIDADE DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL DO MEIO EM QUE VIVE?

☐ SIM ☐ NÃO